



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE CIÊNCIAS DA ARTE
FACULDADE DE ARTES VISUAIS E MUSEOLOGIA
CURSO DE BACHARELADO EM MUSEOLOGIA

ELINELMA PEREIRA DO NASCIMENTO

**MUSEU, EDUCAÇÃO E PÚBLICO: UM ESTUDO NO MUSEU
DE ARTE SACRA DE BELÉM.**

Belém
2013

ELINELMA PEREIRA DO NASCIMENTO

**MUSEU, EDUCAÇÃO E PÚBLICO: UM ESTUDO NO MUSEU
DE ARTE SACRA DE BELÉM.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado para obtenção do grau de Bacharel em Museologia pela Faculdade de Artes Visuais do Instituto de Ciências da Arte da Universidade Federal do Pará.

Área de concentração: Educação em Museus

Orientadora: Prof. Me. Idanise Sant'Ana Azevedo Hamoy

Belém

2013

ELINELMA PEREIRA DO NASCIMENTO

**MUSEU, EDUCAÇÃO E PÚBLICO: UM ESTUDO NO MUSEU
DE ARTE SACRA DE BELÉM.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado para obtenção do grau de Bacharel em Museologia pela Faculdade de Artes Visuais do Instituto de Ciências da Arte da Universidade Federal do Pará.

Área de concentração: Educação em Museus

Orientadora: Prof. Me. Idanise Sant'Ana Azevedo Hamoy

Data de aprovação: ___ / ___ / 2013

Banca examinadora:

Profa. Me. Idanise Sant'Ana Azevedo Hamoy – Orientadora

Profa. Me. Helena do Socorro Alves Quadros - 1º. Membro

Profa. Dr. Sue Ann Regina Costa - 2º. Membro

*Dedico este trabalho a meu filho que sempre foi meu maior incentivo
para enfrentar a longa caminhada acadêmica.*

AGRADECIMENTOS

À minha querida orientadora, Idanise Sant'Ana Hamoy que me ensinou para além da academia, sendo amiga e me proporcionando a vivência museológica.

Aos professores de curso, por sua dedicação nesses quatro anos.

Aos voluntários da pesquisa, que foram parte importantíssima para o desenvolvimento deste trabalho.

A todos os colegas de turma, por termos juntos construído parte da história da Museologia no Pará.

Aos amigos, em especial, Angélica Albuquerque, Raiza Gusmão, Jorge Martins e Rerison Nery, por nossos encontros “descontraídos” tão importantes nesse processo de construção.

Ao namorado, Ricardo Silva pela ajuda em muitos momentos da pesquisa e principalmente pelo amor, incentivo e carinho indispensáveis nessa caminhada.

À minha família, aos irmãos Elielma Nascimento (*In Memoriam*), Elielson Nascimento e meus pais Elias e Elma pela compreensão e incentivo.

À minha mãe em especial, por cuidar do meu filho, sendo isto parte fundamental para que eu chegasse até o fim dessa caminhada.

A todos que me ajudaram direta ou indiretamente a chegar até aqui, mesmo aos que duvidaram que eu chegaria, pois isso só me incentivou a querer chegar até o fim.

“Um rizoma não começa nem conclui, ele se encontra sempre no meio, entre as coisas, inter-se, intermezzo. A árvore é filiação, mas o rizoma é aliança, unicamente aliança. A árvore impõe o verbo “ser”, mas o rizoma tem como tecido a conjunção “e...e...e”. Há nesta conjunção força suficiente para sacudir e desenraizar o verbo ser. Riacho sem início nem fim, que rói suas duas margens e adquire velocidade no meio” (Gilles Deleuze e Félix Guattari).

“O museu é um local de memória, mas apesar disso, não carrega somente o passado, carrega o presente das relações e do contexto social em que vivemos; carrega fragmentos de múltiplas identidades.” (Cristiane Batista Santana).

“Imaginar mesmo em ponto de dúvida que eu penso que um museu é apenas colecionar objetos, só não me ofende porque não tenho vontade de ficar ofendido”. (Mário de Andrade)

RESUMO

O estudo de público é um importante instrumento de avaliação e criação de novas estratégias de recepção de públicos em museus, e apresenta dados que permitem compreender qual a relação que os indivíduos estabelecem com um museu. Nessa pesquisa se desenvolve um estudo de público na área de entorno e no Museu de Arte Sacra de Belém (MAS), para se identificar ações educativas que podem ser desenvolvidas nesse museu que favoreçam o aumento significativo e o interesse dos visitantes. Para tanto se fez necessário um estudo de público com o público real e potencial do museu para dá subsídios para os direcionamentos da construção do Projeto Educativo do Museu (PEM). O Museu de Arte Sacra de Belém foi escolhido como local deste estudo, por ser um dos museus mais visitados da cidade de Belém do Pará. Com o objetivo de conhecer o público real e potencial desse museu, o projeto de extensão da Universidade Federal do Pará, “Ex Ducere: criando laços entre Museu, Universidade e Comunidade” realizou um estudo de público através de entrevistas com mil pessoas moradoras e/ou trabalhadores no entorno do museu, utilizando questionários tipo *survey* e a colaboração de 26 voluntários. Os dados foram analisados a partir de uma abordagem fenomenológica-hermenêutica, para compreensão dos motivos pelos quais essas pessoas não vêm ao museu e criar novas estratégias de mediação e comunicação entre museu e comunidade, tendo por base os conhecimentos teóricos do campo da Museologia e a partir dessas interlocuções propor novas ações educativas do museu.

Palavras-chave: Público de Museus, Museus, Educação.

ABSTRACT

The study of the public is an important tool for evaluating and creating new strategies for receiving public museums, and presents data that allow us to understand the relationship that individuals have with a museum. In this research develops a study of the public in the surrounding area and the Museum of Sacred Art of Bethlehem (MAS), to identify educational activities that can be developed in this museum which favor increased significantly and the interest of visitors. Therefore it was necessary a study of the public with the publics actual and potential museum to give subsidies to the directions of the construction of the Museum Education Project (MEP). The Museum of Sacred Art of Bethlehem was chosen as the site of this study, as one of the most visited museums in the city of Belém do Pará In order to meet the public and real potential of this museum, the extension project of the Federal University of Pará , "Ex Ducere: creating links between Museum, University and Community" conducted a study of the public through interviews with thousands of people who live and / or working in the vicinity of the museum type survey using questionnaires and collaboration of 26 volunteers. Data were analyzed from a hermeneutic phenomenological approach to understanding the reasons why these people do not come to the museum and create new strategies for mediation and communication between museum and community, based on the theoretical knowledge of the field of Museology and from these interlocutions propose new educational museum.

Keywords: Public Museums, Museums, Education.

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Levantamento de público no Museu Paraense Emílio Goeldi.....	19
Tabela 2- Mapeamento das áreas de pesquisa.....	35
Tabela 3 - Temas da Pesquisa com o Público.....	38
Tabela 4 - Categorias de Perguntas e Respostas.....	39
Tabela 5 - Número de Visitantes por mês.....	42
Tabela 6 - Procedência dos Visitantes.....	43
Tabela 7 - Gráficos referentes à pesquisa com o Grupo I.....	45
Tabela 8 - Gráficos referentes à pesquisa com o Grupo II.....	49
Tabela 9 - Gráficos da Pesquisa com o Público Potencial.....	55

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Prédio da Rocinha- Museu Paraense Emilio Goeldi.....	17
Figura 2- Parque Zoobotancio- Museu Paraense Emilio Goeldi.....	20
Figura 3- Reserva técnica de Arqueologia localizada no Campus de Pesquisa do Museu Paraense Emilio Goeldi.....	20
Figura 4- Estação Científica Ferreira Penna.....	21
Figura 5- Fachada do Museu de Arte Sacra de Belém e Igreja de Santo Alexandre.....	22
Figura 6- Igreja de Santo Alexandre.....	23
Figura 7- Sala “dos Santos Homens”- Museu de Arte Sacra de Belém.....	23

Sumário

INTRODUÇÃO	13
1. RELAÇÃO ENTRE PÚBLICO E MUSEUS	17
1.1- O “MUSEU” e os novos museus de Belém.....	17
1.2- A Importância dos Estudos de Público.....	25
2. ESTUDO DE PÚBLICO NO MAS	32
2.1. Público Flutuante.....	41
2.2. Estudo de Público Real.....	43
2.3- Estudo de Público Potencial.....	53
3. ESCUTANDO OS NÚMEROS	59
3.1. Análise e Interpretação dos dados.....	59
3.2. Indicativos de Educação e Museus.....	62
3.3. O Projeto Educativo do MAS.....	64
CONSIDERAÇÕES FINAIS - O MUSEU COMO SÍMBOLO	71
REFERÊNCIAS:	76
APÊNDICE	81
Apêndice I: Questionário aplicado com o público real.....	83
Apêndice II: Questionário aplicado com o público potencial.....	85

INTRODUÇÃO

Há quatro anos caminho em velhos e novos percursos museológicos. Nesse tempo venho me questionando qual seria de fato a função de um museu. Muitas são as definições. Todas, porém reforçam o papel social que o museu tem ou deveria ter. Mas qual seria o papel social do museu? A questão ainda é muito complexa.

O que me motivou e me motiva é buscar compreender a referência de museu que as pessoas construíram e a relação que os indivíduos têm com essas instituições, e porque muitos não têm nenhum tipo de relação? O que está faltando nos museus?

Os conhecimentos da Teoria Museológica apresentam de que forma um museu pode atrair o público, como esse público pode se sentir tão bem nesse espaço de modo que sinta a necessidade de estar ali novamente, assim como sentimos vontade de voltar a vários lugares, pois existe uma necessidade, é nessa vertente que o museu deve dispor de atrativos para despertar o prazer da visita nas pessoas. Diversas metodologias e estratégias são vislumbradas, no entanto se observa o vazio nos museus de Belém. Falta o protagonismo dos visitantes. É o público que alimenta o museu, representa a vida, a pulsação, o dinamismo em lugar ainda considerado por muitos como “lugar de coisa antiga, ou que vive do passado”. De fato o museu apresenta o passado, mas o presentifica na qualidade de seus visitantes.

Esses espaços trazem em si a memória de uma população, permitem o compartilhamento dessa memória coletiva favorecendo a apropriação e o sentido de pertencimento, a partir da realidade individual. Parece uma visão romântica, mas é apenas uma inquietação em entender porque determinadas relações não são construídas. Ações voltadas para essa problemática são o que realmente me fazem acreditar na função social do museu, acreditar que as ações de cunho educativo devem ser prioridade dos museus, e que o acesso seja democratizado.

A partir desse pensamento e a oportunidade de ser bolsista do projeto de extensão “EX Ducere: Construindo laços entre comunidade, Universidade e Museu”, desenvolvido no Museu de Arte Sacra de Belém (MAS), iniciei a pesquisa a ser apresentada, com o objetivo de entender de que forma as ações educativas dos museus influenciam na frequência de público. Com a finalidade de conhecer o público real e potencial desse museu, o projeto de extensão da Universidade Federal do Pará, “Ex Ducere: criando laços entre Museu, Universidade e Comunidade”, coordenado pela Profa. Me. Idanise Sant’Ana Azevedo Hamoy realizou um estudo de público através de entrevistas com o público participante das atividades oferecidas pelo museu e com mil pessoas moradoras e/ou trabalhadores no entorno do museu, utilizando questionários tipo *survey* e a colaboração de 26 voluntários, além disso foram analisados os dados do livro de visitas do museu do ano de 2012, ano que atuei nas ações do projeto. Os dados foram analisados a partir de uma abordagem fenomenológica-hermenêutica, ou seja, buscando entender a vivência das pessoas com determinado espaço e interpretar essa relação a partir dos dados fornecidos, para compreensão dos motivos pelos quais essas pessoas não vêm ao museu e a partir disso criar novas estratégias de mediação e comunicação entre museu e comunidade, tendo por base os conhecimentos teóricos do campo da Museologia e a partir dessas interlocuções propor novas ações educativas do museu. A pesquisa de público serviu para subsidiar a criação do Projeto Educativo do Museu.

Como na tradução do latim *Ex Ducere*, que significa em nossa língua “trazer para fora”, a função educativa do museu é construir novas relações desde dentro para fora de seu espaço físico, para estimular novas atitudes que despertem o sentido de cidadania, o conhecimento de tradições da comunidade na qual o museu está inserido, transformando o público visitante em protagonistas da ação educativa.

A pesquisa busca entender a relação que os indivíduos estabelecem com a instituição museu, especificamente com o Museu de Arte Sacra de Belém (MAS). Através de dados coletados ao longo da pesquisa se procurou responder por que as pessoas não visitam o MAS e posteriormente se buscará auxiliar a instituição no que diz respeito a elaboração de um projeto educativo que mude a realidade vivida não só pelo MAS como também por diversas instituições museais, que carregam o fantasma de não atrair público para esses espaços.

A Igreja de Santo Alexandre¹ é uma das mais antigas de Belém, e integra atualmente o MAS. Em 1652 chegaram os primeiros padres da Companhia de Jesus e construíram a primeira igreja que era de taipa coberta com folhas de palmeira, construída pelo Reitor João de Souto Maior em 1653 e possuía somente um altar. Em 1668 foi inaugurada a segunda igreja dedicada a São Francisco Xavier, no mesmo local que a primeira, e ao lado foi construído o Colégio de Santo Alexandre com projeto do arquiteto Cristóvão Domingos. Aproximadamente em 1718 foi inaugurada a terceira igreja no mesmo local, que é a igreja atual, onde predomina o estilo Barroco. A igreja ficou fechada e abandonada por muitos anos. Em 1997 passou por uma restauração² na qual o antigo Palácio Episcopal foi transformado em Museu de Arte Sacra.

O MAS foi inaugurado em 28 de setembro de 1998 e a Igreja de Santo Alexandre. O acervo do museu é composto por mais de 400 peças dentre imagens e objetos sacros, que datam dos séculos XVIII a XX. Foi escolhido como local deste estudo, por ser um dos novos museus mais visitados da cidade de Belém do Pará.

O trabalho foi dividido em três capítulos. O primeiro capítulo intitulado “Relação entre Público e Museus” é dividido em três sessões: na primeira temos a reflexão da referencia de museu para os paraenses e de que modo isso pode interferir na relação desses indivíduos com os demais museus de Belém, ainda nesta sessão temos uma breve explanação do contexto de criação do Sistema Integrado de Museus (SIM), que abarca os novos museus de Belém, incluindo o MAS, para assim entender o contexto de criação desses museus.

¹O palácio Arquiepiscopal, com a Igreja de Santo Alexandre e o antigo colégio dos Jesuítas e todo seu acervo foi tombado segundo processo 0235-T-40 sob inscrição 146 de 03/01/1941 no Livro do Tombo Histórico do Instituto de Patrimônio Histórico Nacional (IPHAN) e inscrito no Livro de Tombo nº. 3: Tombamento Municipal, através da PREFEITURA MUNICIPAL DE BELÉM/FUMBEL – Lei nº 7.709/94, de 18/05/1994, Capítulo III, Art. 3º Parágrafo Único, em conformidade com o Anexo V, delimitado pelo Plano Diretor Urbano do Município de Belém (Lei nº 8.655/08 de 30 de julho de 2008, publicada no Diário Oficial do Município nº 11.214/08, de 05/09/2008), localizado na Zona de Ambiente Urbano – ZAU 7 SETOR 1.

² Sobre a restauração ver o livro da SECULT, intitulada Feliz Lusitânia/Museu de Arte Sacra, onde está todo o registro do processo de restauração da Igreja e do Antigo Palácio Episcopal.

A segunda sessão refere-se a qual benefícios os museus podem alcançar realizando estudos periódicos com os seus públicos, e de como esses estudos são importantes para criar subsídios para o bom desenvolvimento das ações educativas previstas no Projeto Educativo do Museu (PEM). A terceira sessão discorrerá acerca do museu e o estudo de seus públicos.

O segundo capítulo denominado “Estudo de Público no MAS”, refere-se a toda metodologia que foi usada na pesquisa feita no MAS bem como a apresentação dos dados da pesquisa em percentual, feita com o público real e potencial do museu, além dos dados do público flutuante referente aos dados da pesquisa realizada no livro de visitas do MAS, a fim de se ter conhecimento sobre o número de visitantes por mês no ano de 2012 e a procedência desses visitantes. No terceiro e último capítulo denominado “Escutando os números” apresento a análise e interpretação dos dados, de modo que se consiga chegar a algumas respostas sobre a relação que a comunidade tem com o MAS. Além disso, veremos a questão da educação em museus e posteriormente serão apresentados os indicativos para o bom funcionamento do Projeto Educativo do Museu.

Entender o porquê das pessoas não irem ao MAS, perceber que tipo de representação o museu tem para elas e como as ações educativas do museu interferem diretamente no número de visitantes, contribuem não para aumentar em quantidade o número de visitantes, mas sobretudo promover um aproveitamento mais eficaz desse espaço que é público e que por esse motivo deve estar à serviço da comunidade cumprindo de fato o seu papel social na transformação de realidades.

1. RELAÇÃO ENTRE PÚBLICO E MUSEUS

Os museus de modo geral ocupam um lugar de destaque na memória e vida social/cultural das pessoas de uma localidade e acabam se transformando em um meio cultural para os que vêm de fora também. Em todos os lugares se cria uma necessidade em se estar em algum desses lugares de memória, alguns despertam essas vontade mais do que outros, seja por ter mais tradição em detrimento do outro, ou pelo tempo em que está estabelecida a relação dos lugares com os indivíduos de determinada localidade.

A instituição Museu é algo moderno com aproximadamente duzentos anos, ou seja, a relação museu-indivíduo é algo recente, por isso ainda temos uma gama de coisas novas para lidar. Na nossa região, especificamente em Belém a ideia que as pessoas têm de museus passa por uma relação que foi sendo construída durante anos com o Museu Paraense Emilio Goeldi (MPEG) e que se tornou tradicional na cidade.



Figura 1: Prédio da Rocinha- Museu Paraense Emilio Goeldi.

Fonte: <http://mondobelem.wordpress.com/2008/12/03/museu-paraense-emilio-goeldi/>.
Acessado em 08/08/13.

1.1- O “MUSEU” e os novos museus de Belém

Mais conhecido como o “Museu” de Belém, essa relação cultural desenvolvida ao longo dos anos acaba influenciando diretamente na relação com os novos museus da cidade. Isso se dá pela tradição e significação que o MPEG apresenta, ou ainda pela discrepância no que se refere ao tempo de criação do MPEG comparado aos outros museus de Belém. Sendo que o MPEG completará cento e quarenta e sete anos em 06 de outubro do ano corrente e os novos museus possuem pouco mais de quinze anos. É normal e aceitável o comportamento diferenciado dos indivíduos em relação a essa situação, porém é possível e é preciso mudar esta relação com os demais museus. Mudar não no sentido de enfraquecer a relação das pessoas com o MPEG, mas no sentido de que os outros museus ofereçam programações atrativas, que alcancem o público.

Todo esse quadro também tem relação com a criação dos museus no Brasil. As primeiras instituições museológicas do Brasil surgiram no século XIX, os pioneiros foram o Museu Nacional (1818), o Museu Paulista (1894) e o Museu Paraense Emílio Goeldi (1866), todos esses apresentando características para a pesquisa voltada para as ciências naturais. “os três museus exerceram o importante papel de preservar as riquezas locais e nacionais, agregando a produção intelectual e a prática das chamadas ciências naturais, no Brasil, em fins do século XIX” (JULIÃO. p. 34. 2006).

Como vemos o MPEG está presente no imaginário dos paraenses, brasileiros de modo geral e até mesmo estrangeiros há quase cento e cinquenta anos, sendo o museu mais visitado de Belém, chegando a atingir a marca de mais de 15 mil visitantes em vários meses do ano como veremos na tabela abaixo, esse é um dado que não pode ser ignorado quando estamos falando do número de visitantes de outro museu de Belém que tem pouco mais de quinze anos. Visitar o MPEG é uma necessidade cultural dos paraenses, por sua tradição e seu simbolismo na vida dessas pessoas e que foi sendo repassada por gerações. É preciso entender tal contexto, pois todos esses aspectos também influenciam diretamente na visitação dos outros museus criados recentemente.

Tabela 1 - Levantamento de público no Museu Paraense Emílio Goeldi

Fonte: Projeto Bolsa PCI-DD de Ana Cristina Cutrim.

Origem de Dados	Ano 2012												TOTAL
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	
Bilheteria (público pagante)	16.732	9.807	8.372	11.810	11.001	8.573	18.941	13.592	14.698	11.965	12.324	10.085	147.900
Exposição	2.964	1.846	1.253	753	442	6.638	17.569	7.728	10.656	10.171	6.584	6.145	72.749
Escolas / Grupos Religiosos / Diversos	0	357	520	780	1.276	2.853	1.073	1.048	4.059	4.582	3.580	2.075	22.203
Total	19.696	12.010	10.145	13.343	12.719	18.064	37.583	22.368	29.413	26.718	22.488	18.305	242.852

O Museu Paraense Emilio Goeldi foi criado no dia 06 de outubro de 1866, sendo uma instituição voltada para a ciência da Amazônia. Depois de quase cento e quarenta e sete anos de sua criação o MPEG continua sendo a referência de museu em Belém para os que vivem na capital e demais municípios do estado do Pará, sendo conhecido como o “MUSEU”, para muitos ainda é visto como o único museu da cidade, porém é preciso lembrar que os paraenses desconhecem o sentido completo do MPEG, tendo o parque Zoobotancio como única referência do que seja o museu.

Mesmo tendo sido instituído após a criação do MPEG, o parque Zoobotânico criado em 1984 é o que prevalece no imaginário dos paraenses quando se fala do MPEG, por isso o “Museu” é tido como um espaço de diversão e lazer para as famílias de Belém é o museu dos bichos, motivo principal de visitação do público, porém é preciso lembrar que o museu não se resume ao Parque Zoobotânico, o museu também é conhecido mundialmente como campus de pesquisa de diversas áreas, tais como antropologia, arqueologia, zoologia, etnologia, botânica, entre outras.



Figura 2: Parque Zoobotânico- Museu Paraense Emílio Goeldi.

Fonte: <http://mondobelem.wordpress.com/2008/12/03/museu-paraense-emilio-goeldi/#jp-carousel-733>. Acessado em 08/08/13.

O museu possui três bases físicas. Sendo que a primeira foi criada em 1985, onde hoje está localizado o Parque Zoobotânico, nesta base funciona a Diretoria e as coordenações do museu, além da assessoria de comunicação. A segunda base é o campus de pesquisa, que foi inaugurado em 1980, abriga as coleções científicas do museu, essas coleções somam mais de 4,5 milhões de itens tombados. Em 1993, foi inaugurada a Estação Científica Ferreira Penna (ECFP), que ocupa a área da Floresta Nacional de Caxuanã, localizada no município de Melgaço (PA). Tem por objetivo realizar pesquisas e desenvolver ações comunitárias.



Figura 3: reserva técnica de arqueologia, localizada no campus científico do Museu Paraense Emílio Goeldi.

Fonte: <http://marte.museu-goeldi.br/arqueologia/reserva.html>. Acessado em 08/08/13.



Figura 4: Estação Científica Ferreira Penna.

Fonte: <http://www.meiadoisnove.com.br/wordpress/author/meiadoisnove/>. Acessado em 08/08/13.

Queremos criar uma atraente escola de intuição de obras da natureza Amazônica para o público e pretendemos logo que for possível facilitar o acesso, abrindo diariamente os anexos. Queremos o que é nosso, o Amazônico, o paraense e não será preciso que eu (que não nasci nesta terra e que hoje me vejo aqui por nenhum outro motivo senão o amor à ciência e a vontade de criar aqui na Amazônia um sólido reduto para ela) tenha de mostrar ao povo paraense que a natureza, que nos cerca, tem material de sobra para encher condignamente tanto um jardim zoológico como um horto botânico. (GOELDI, 1895, p.220)

Uma das grandes questões favoráveis ao MPEG talvez tenha sido a ideia de valorizar o que é da terra, rompendo um processo de colonização que desvalorizou o patrimônio local. Esse é o grande diferencial do MPEG em relação aos outros museus de Belém, apesar de muitos não terem a ideia completa do que seja o MPEG, os que visitam conseguem estabelecer uma relação de identificação e reconhecimento com o local.

Para entender a relação das pessoas com os novos museus de Belém é preciso entender o contexto em que foram criados. A partir da década de 90, Belém passa por uma revitalização do centro histórico, com o projeto Feliz Lusitânia. As primeiras modificações foram realizadas na Igreja se Santo Alexandre. Em 1998 a

igreja foi reaberta juntamente com o Museu de Arte Sacra de Belém (MAS). O MAS foi criado quase que concomitantemente com o Sistema Integrado de Museus (SIM), criado no início de 1999, que abarca vários outros museus localizados no bairro da cidade velha. Como esses novos museus foram criados e apresentados à sociedade. As pessoas queriam esses museus? Foram consultadas?

No ano de 1994 Belém passa por transformações no que diz respeito à preservação de seu Patrimônio Histórico Cultural, aonde vieram à tona as políticas de preservação dos bens tombados nas décadas de 40 a 60. Segundo Britto, “desta fase de tombamento do Patrimônio Histórico e a valorização do monumento Histórico transformando-o em museu é que acontecem os processos para a criação dos museus do SIM,” (BRITTO. p. 79. 2009).

No ano de 1999 é criado o Sistema Integrado de Museus (SIM), pela lei nº 6.104 de 14 de janeiro, pelo então Secretário de Cultura Paulo Chaves. Alguns dos museus que integram o SIM já existiam, a exemplo do MAS, objeto de estudo dessa pesquisa, sendo que este serve de instalação até hoje para a direção do SIM, “responsável pela gerência dos demais museus da Secretaria de Cultura,” (BRITTO, p. 82. 2009).



Figura 5: fachada do Museu de Arte sacra e Igreja de Santo Alexandre.

Fonte:

http://www.jesuitasbrasil.com/jst/conteudo/visualiza_lo12.php?pag=:portaljesuitas;paginas;visualiza_lo12&cod=2576&secao=256. Acessado em 08/08/13.



Figura 6: Igreja de Santo Alexandre.

Fonte: <http://mondobelem.wordpress.com/2008/12/03/museu-de-arte-sacra/>. Acessado em 08/08/13.



Figura 7: sala dos "Santos Homens"- Museu de Arte Sacra de Belém

Fonte: http://www.agenciapara.com.br/noticia.asp?id_ver=115251. Acessado em 08/08/13.

Deste modo notamos que os novos museus de Belém foram criados em meio uma invenção do que seria o Patrimônio Histórico Cultural de Belém, invenção essa criada de cima para baixo, onde não houve a preocupação com a comunidade do entorno, mostrando que as pessoas que lá vivem não foram consultadas sobre a criação desses museus. Considero que nesse contexto fica difícil estabelecer e fortalecer uma relação com o público potencial desses museus. Por esse contexto de imposição que envolve a criação dos novos museus é que se dá a importância

das ações educativas, que se bem planejadas podem transformar essa realidade vivida pelo MAS e pelos outros museus do sistema.

Nesse sentido, é preciso pensar que não é o público que precisa se adequar ao museu, o museu deve perceber o público como sua principal causa de existência, por isso a importância em ouvi-los, promovendo assim o acesso democrático a essas instituições. Se o museu não tem público é preciso formá-lo, e isso se dá primeiramente em buscar entender as necessidades desse público, para então direcionar as ações educativas.

Notamos a diferença dos contextos de criação do MPEG para os novos museus de Belém. Sendo o MPEG considerado “O Museu” de Belém não apenas por ser um museu tradicional, mas também por buscar desde sua criação valorizar os que são daqui. Os novos museus são pouco conhecidos na cidade. A questão é o que pode ser feito para se estabelecer uma relação da comunidade com esses museus? A partir dessas questões é que se faz necessário a realização de um estudo de público em museus, pois é esse tipo de estudo que irá subsidiar as ações educativas previstas no Projeto Educativo do Museu (PEM), afim de que a comunidade seja ouvida e suas necessidades atendidas, criando assim os laços necessários para fortalecer a relação museu-público.

O Conselho Federal e Conselhos Regionais de Museologia (COREM) foram criados pela lei nº 7.287 de 18 de dezembro de 1984, regulamentando a profissão do Museólogo. Em janeiro de 2009 foi criada a lei nº 11.904 que instituiu o Estatuto de Museus, reforçando a importância dos cursos de museologia e dos museus na sociedade, bem como tratar dos critérios que definem um museu. Todas as disposições do Estatuto são de suma importância para o melhor funcionamento dos museus, tendo estes que se adequarem até o final de 2014 ao que está previsto no Estatuto, dentre outras a obrigatoriedade de museólogos nessas instituições, a fim de aperfeiçoar as ações desenvolvidas pelas mesmas.

Nesse novo tempo de adequações não podemos deixar de frisar a importância do museólogo nessas instituições. A museologia no Brasil de modo geral ainda vem dando passos lentos, no entanto, é verdade que a Museologia de sua criação no século XX para os dias atuais vem se mostrando cada vez mais preocupada com a

relação do público com os museus. No Pará, o curso de Museologia apesar de ter sido pensado desde a década de 90, só se consolidou no ano de 2009, com a aprovação do curso no Instituto de Ciências da Arte da Universidade Federal do Pará.

1.2- A Importância dos Estudos de Público

A criação de um Museu não é simplesmente a abertura de mais um espaço sem função estabelecida, todo museu deve ter como uma das suas principais funções a comunicação do seu acervo, ou seja, a difusão do mesmo para as pessoas, por isso a importância de público nessas instituições. No entanto para apresentar algo é necessário saber como se deve apresentar, a partir dessa necessidade é que surgem os estudos de público como importante ferramenta para melhor conhecer os visitantes dessas instituições e conhecer qual seu real interesse.

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, (CARVALHO, p.25. 2005).

Os Estudos de Público devem ser um ponto forte a ser considerado pelos profissionais de museus, pois é uma ferramenta de suma importância para se buscar direcionamentos por parte das instituições museais no que se refere à relação museu e público. “O baixo índice de visitação de museus no Brasil não estimula seus administradores a investir nos estudos de público como forma de subsidiar o planejamento de suas atividades”, (CARVALHO, p. 32. 2005).

Algumas perguntas refletem sobre a importância dos museus dentro da sociedade e principalmente sua missão social. Para quem está sendo feitos os museus? Quem são? Por quê?

Uma das grandes inquietações da área museológica atualmente é entender a relação que os indivíduos estabelecem com os museus e principalmente compreender por quais razões as pessoas não visitam esses espaços. Constata-se que teoricamente os Museus são instituições que deveriam estar abertas a toda a sociedade, estudar o público seja ele real ou potencial dos museus produz bases para responder questões como essas.

O estudo de público em museus é uma maneira de se conhecer o perfil do público e não-público do museu, se busca através dessas pesquisas perceber as principais dificuldades dos museus, para assim nortear atividades que mudem essa realidade. Esse tipo de estudo fornece dados relevantes como expectativas em relação à visita, a percepção em relação à instituição e principalmente fornecem dados relevantes para a gerência do museu, para que seja possível pensar em estratégias para o futuro, para uma ampliação do público.

A Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009 instituiu o Estatuto de Museus que se tornou o instrumento legal para as questões referentes às instituições museais. Vários aspectos importantes são tratados neste documento, no Capítulo II que dispõe sobre o *“Regime Aplicável aos Museus”*, especificamente na subseção II que trata *“Do Estudo, da Pesquisa e da Ação Educativa”* podemos perceber que a importância em se desenvolver estudos de públicos nas instituições museais não passou despercebida, o estatuto nos diz que *“Os museus deverão promover estudos de público, diagnóstico de participação e avaliações periódicas objetivando a progressiva melhoria da qualidade de seu funcionamento e o atendimento às necessidades dos visitantes”*.

O Estatuto de Museus é um documento oficial para as questões que envolvem os Museus, e aponta um prazo determinado para que todos os museus se adequem às suas novas atribuições e responsabilidades. A importância desse tipo de pesquisa com o público como bem aponta o Estatuto de Museus, é justamente identificar de que forma as instituições museais podem atender melhor às expectativas de seu público visitante, e perceber, de que forma as ações elaboradas pelo setor educativo está sendo recebida pelo público.

Esse tipo de pesquisa serve não somente para dar subsídios ao setor educativo em busca de melhorias junto aos visitantes, mas também é uma espécie

de *feedback* onde o museu tem a oportunidade de ouvir as pessoas que visitam o seu acervo ou que podem vir a visitar. É preciso que o público participe ativamente das ações que acontecem dentro do espaço museal, pois só assim o museu saberá até que nível está cumprindo a sua missão social e educativa perante a comunidade onde o mesmo está inserido.

Esses estudos devem estar comprometidos em envolver a comunidade, atraindo assim sua atenção para os museus. Esse tipo de pesquisa pode nortear novas políticas para que haja um aumento da atuação do museu junto a sua comunidade. Debates sobre estudos de público apresentados em uma plataforma no Programa Nacional de Educação em Museus (PNEM) apontam que os estudos de público compreendem três ações complementares:

- A)** A estatística de público: a contagem do público que visita o museu, geralmente registrada na recepção;
- B)** Estudo do público: aplicação de questionários ou outro instrumento que auxilie no entendimento do perfil do público visitante (gênero, idade, origem, escolaridade, motivo de visita, etc.);
- C)** Estudo de não público: aplicação de questionários ou outro instrumento em amostragem de pessoas que não visitam o museu, entendamos isso como o estudo realizado com o público potencial do museu.

Ainda de acordo com os debates expostos na plataforma, essa estrutura seria o caminho inicial para as pesquisas de público, até se alcançar o efetivo envolvimento da comunidade para o debate. A partir das necessidades apontadas pela comunidade o museu deve desenvolver ações extramuros como mostras de filmes, teatro, ateliê para famílias, música no museu, oficinas, palestras, instalações e etc. isso poderia atrair um público que talvez não se interessasse somente em ir ao museu pela exposição permanente que o mesmo oferece.

Os museus são de fato um lugar que produz discursos através de suas exposições, para tanto existe um objetivo que é a transmissão de uma mensagem por meio dos objetos expostos, os estudos de público são importante à medida que verificam que tipo de mensagem a exposição está passando para seus visitantes e que significado o mesmo atribui a esta mensagem.

Um dos desafios da área museológica é a busca por respostas que nos leve a entender o que os museus representam para os indivíduos e principalmente compreender as motivações para visitar ou não esses espaços. Os museus são instituições que guardam e presentificam a memória de uma comunidade e deveriam ter ampla visitação. No entanto, o livro de visitantes nos aponta outra realidade. Aqui surge a necessidade de estudar o público potencial e real. O estudo de público em museus é uma ferramenta essencial para conhecer o perfil desses públicos. O que fazer? Como? Para quem? São questões que norteiam um plano de ação para o museu. Inicialmente é importante termos em mente a definição de Museu. Segundo o Conselho Internacional de Museus (ICOM):

Um museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberto ao público, e que adquire, conserva, estuda, comunica e expõe testemunhos materiais do homem e do seu meio ambiente, tendo em vista o estudo, a educação e a fruição. (ICOM).

Entendamos a diferença entre público real e potencial. O público real são aquelas pessoas que já visitaram os museus, ou seja, aquelas pessoas que já usufruíram de alguma forma dos serviços oferecidos pelos museus; já o público potencial são os indivíduos que nunca foram aos museus, mas que podem se tornar parte do público real que frequenta a instituição. É importante entender o conceito de público. No caso específico dos museus, esse conceito ganha novos sentidos.

Globalmente, entende-se por público o conjunto de usuários de um serviço. No caso específico dos museus, os usuários são todos aqueles que utilizam um serviço posto à disposição pela instituição museu. Assim, o público dos museus corresponde não só aos visitantes (pessoas que entram ou entraram no museu), mas também à parcela daqueles que, de alguma maneira, sem uma relação presencial no museu, usufruíram dos serviços ou bens por ele disponibilizados (p.e. encomenda de livros ou outros materiais por catálogo, visitas a exposições itinerantes, destinatário de ações pedagógicas levadas a efeito nas escolas), (MOREIRA, pág.101. 2007).

Para esse tipo de estudo é necessário conhecer as percepções que as pessoas em geral têm dessa instituição. Assim é importante estudar tanto as pessoas que de alguma maneira utilizam os serviços oferecidos pelos museus e o seu entorno e as pessoas que estão indiretamente ligadas ao museu que se pretenda desenvolver esse tipo de estudo.

As pesquisas de público ajudam os museus a conhecer os seus públicos, seus perfis sociodemográficos, seus hábitos culturais, interesses, preferências, motivação de visita e outras variáveis que influenciam a visitação. Estes estudos também auxiliam a melhor compreender a relação que a sociedade mantém com estas instituições. (STUDART, p.7. 2007).

Apesar dos estudos de público ainda serem pouco utilizados nos Museus principalmente do nosso estado, alguns estados já começaram a suprir essa necessidade, inspirados nos trabalhos realizados nos museus da Europa que já vem tendo essa preocupação há algum tempo. Esses museus procuram discutir categorias relevantes ao público que visita os museus, tais como suas características sociais e escolares, suas atitudes e suas preferências artísticas. (BOURDIER, p. 33. 2007).

Outros trabalhos relevantes para o tema também devem ser citados, como o trabalho feito por Mário Chagas (2009), que trabalhou a percepção de museus dos estudantes do 6º ao 9º anos do ensino fundamental em escolas de diversos bairros do Rio de Janeiro, “a saber: Urca, Botafogo, Pilares e Santa Cruz (Escola Municipal Minas Gerais; Colégio Imaculada Conceição; Escola Municipal Roberto M. de Carvalho; e Escola Municipal Fernando de Azevedo, respectivamente). A pesquisa buscou investigar a imagem dos museus por meio de desenhos e textos produzidos pelos estudantes.” (CHAGAS, p.259. 2009). Com esse trabalho foi possível identificar as diversas percepções que crianças e adolescentes têm dos museus de forma geral.

A inquietação para algumas respostas nos leva a refletir quão importante seria que a prática de estudos de público dos museus fosse desenvolvida com continuidade e eficácia nos museus brasileiros. A principal questão é “*por que as pessoas não vão aos museus*”? O trabalho de Ângela Cardoso Guedes “*Compreendendo o público de museu a partir de Bourdier*” traz algumas questões interessantes que podem ser o início para uma reflexão sobre a ausência de visitantes nos museus brasileiros.

Nada é mais acessível ao povo do que os museus. No Brasil muitos museus são gratuitos (a maioria oferece dias com entrada franca) ou têm ingressos inferiores a uma entrada de cinema. Mesmo se outros fatores, como o transporte caro, influenciam na decisão de ir ao museu, por que nossos índices de visitação ainda não são os desejáveis? Se é incontestável que

nossa sociedade oferece a todos a possibilidade teórica de usufruir de obras expostas nos museus, (GUEDES, p.279. 2009).

Diante dessas evidências, fica claro a necessidade de buscar respostas para entender o que de fato afasta ou deixa de aproximar as pessoas dessas instituições. “Apenas alguns têm, no entanto, a possibilidade real de realizar esta possibilidade. Ou seja, para se desejar ir ao museu, é necessário ter esta “necessidade cultural.” (GUEDES, p.280. 2009).

A partir dessa análise podemos refletir sobre a realidade brasileira, e chegar à conclusão que de fato alguns sujeitos são excluídos desse processo, pois a “necessidade cultural” que seria um dos principais fatores que levam as pessoas aos museus não é direcionada a todos e conseqüentemente não é sentida por todos. No Brasil há cerca de trinta anos vem sendo desenvolvidas atividades referentes ao estudo de público nos museus brasileiros, porém o que se percebe é que esses estudos estão em sua maioria no campo da teoria, com algumas exceções.

Muitas experiências revelam a visita a museus como sendo uma experiência cansativa e entediante. “los visitantes “escapan” de la exposición por la primera salida que tienen a su alcance³.” (RICO. 2002. pág. 13). Vários podem ser os motivos que tornam a ida ao museu uma experiência cansativa: o próprio espaço e suas características físicas não favoráveis, oferecendo um percurso expositivo cansativo ao visitante, iluminação, climatização, excesso de informação por parte dos mediadores, etc. Segundo Rico:

La verdad es que no sabíamos, aun siendo conscientes de que esta actividad cultural es la más ingrata de todas: tienes que desplazarte al lugar, has de moverte para verla, seguir normalmente ritmos preestablecidos, en un tiempo y dirección determinada (no como en el cine o el teatro, que estás cómodamente sentado), con una temperatura, humedad e iluminación que nada tienen que ver con los umbrales óptimos para el ser humano⁴. (RICO, p.13. 2002).

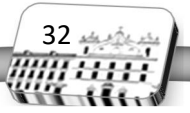
³ “Os visitantes escapam da exposição pela primeira saída que encontram ao seu alcance” – Tradução Ida Hamoy

⁴ “Na verdade, não sabíamos, embora conscientes de que essa atividade cultural é a mais ingrata de todas: tens que se deslocar de um lugar a outro, tens que te mover para ver, seguir geralmente roteiros estabelecidos, em um tempo e direção determinada (não é como no cinema ou no teatro, que ficas comodamente sentado), com a temperatura, umidade e iluminação que não tem nada a ver com os padrões ideais para o ser humano” – Tradução Ida Hamoy.

Como se percebe as atividades oferecidas pelo museu deve estar sempre dialogando com as necessidades dos visitantes, para que assim seja uma atividade prazerosa, provocativa e transformadora, capaz de despertar a vontade de voltar aquele espaço, considerando os incômodos causados pela própria essência de uma exposição que exige essa movimentação e em algumas vezes a interação do visitante. A importância em saber o que pensa o visitante está na possibilidade de se repensar o percurso expositivo, a maneira como está sendo passada a mensagem ao visitante, além de contribuir com o bom funcionamento das demais áreas do museu.

A grande questão seria pensar em mudanças que de fato tivessem relevância, que pudessem mudar a visão que as pessoas têm a respeito dos museus na atualidade. São várias as questões que colocam os museus atualmente em uma posição desfavorável em relação às outras “atividades culturais”, desde estrutura física, divulgação das atividades oferecidas para a comunidade, entre outras. É importante instigar a necessidade das pessoas visitarem esses espaços, assim como elas sentem vontade de saírem de suas casas para frequentar outros espaços como cinema e teatro. Ninguém é obrigado a ir a museus, assim como não é obrigado a ir a campos de futebol, cinemas e teatros, são atividades que dependem do gosto e interesse pessoal de estar presente nesses lugares, porém é necessário um estímulo para criar essa necessidade, é preciso fazer com que a informação chegue até as pessoas com facilidade, a partir daí as pessoas decidirão se vale a pena frequentar o espaço museu, porém sem a divulgação, sem a informação, sem a mensagem apelativa, as informações jamais chegarão e a necessidade jamais aflorará como para outras atividades, das quais se toma conhecimento facilmente.

Esse trabalho se torna mais fácil a partir do momento em que se conhecem as expectativas das pessoas em relação à instituição museu, por isso a importância em se ouvir os sujeitos que estão direta ou indiretamente inseridos nesse processo. Os museus devem oferecer atividades atrativas, isso pode vir em forma de exposição ou de outras atividades apontadas pelo público real e potencial do museu. Assim como em outros lugares é preciso oferecer ao público o que ele pede, sem deixar a missão educativa e social do museu em segundo plano. Todos esses aspectos podem ser direcionados e colocados em prática através de um bom planejamento do Projeto Educativo do Museu (PEM).



2. ESTUDO DE PÚBLICO NO MAS

Qual a influencia da ação educativa na frequência do público nos Museus? E porque no Brasil as pessoas em sua maioria não visitam museus? Esta é grande questão à qual o estudo de público permite, senão as respostas, um norteamento das atividades. O estudo permitirá ajudar na resposta de algumas perguntas básicas: Ao mesmo tempo, a pesquisa poderá ajudar a compreender os fatores que afastam

as pessoas dessas instituições, bem como que atividades o museu poderia oferecer para o público que vive ou trabalha no espaço no qual o museu está inserido.

Partindo do pressuposto de que toda pesquisa possui relevância social, pois contribui de alguma forma para melhoria da sociedade, a pesquisa busca criar laços entre museu e a comunidade onde o mesmo está inserido, para que dessa forma os sujeitos possam passar a ser participantes ativos no que diz respeito a história e memória do local em que vivem.

O projeto EX Ducere: Criando laços entre Museu, Universidade e Comunidade que deu origem a esta pesquisa tem por objetivo principal criar e implantar o Projeto Educativo do Museu de Arte Sacra - MAS em parceria com os servidores do MAS e que favoreça a construção de aprendizagens, experiências, vivências, acesso à informação e fruição do espaço e acervo do MAS aos moradores, trabalhadores e estudantes estabelecidos no entorno do museu através de atividades desenvolvidas dentro do espaço museal. É importante ressaltar que o projeto ainda está em andamento, onde busca nessa fase concluir o Projeto Educativo do Museu.

Em consonância com o Plano Nacional de Museus que no eixo programático 2 se refere à democratização e acesso aos bens culturais indica a “criação de programas que visem a uma maior inserção do patrimônio cultural musealizado na vida social contemporânea, por meio de exposições, concursos, espetáculos, oficinas e outras ações de caráter educativo-cultural”. Ou seja, impulsionar vida, construir aprendizagens, favorecer o acesso à informação e fruição do espaço e acervo do MAS aos moradores, trabalhadores e estudantes estabelecidos no entorno do museu através de atividades desenvolvidas dentro do espaço museal. Para isso, seria importante saber que atividades propor.

A princípio, como o projeto iniciou em março de 2012 e já havia uma programação estabelecida pelo MAS, foi realizada uma pesquisa com os participantes das palestras e exposições realizadas no período de março a maio, com o objetivo de conhecer o seu perfil. A importância de realizar essa pesquisa com o público é observar rigorosamente, de forma planejada e sistemática, para que se estabeleçam conexões entre comportamentos que possibilitem uma interpretação capaz de dar explicações sobre os fenômenos de presença e ausência de pessoas no museu.

O protocolo dessa pesquisa contemplou os seguintes pontos: leitura bibliográfica de textos de Pierre Bourdieu e Joan Santacana Mestre para definir as questões de estudo e o público informante, elaboração do questionário tendo como base o método *survey*, com questões fechadas ou semiabertas, divididas em quatro seções: perfil sócio demográfico, participação em atividades no museu, avaliação do acesso e programação visual, avaliação do evento. Os dados foram lançados em uma planilha e quantificados em percentuais.

A pesquisa foi desenvolvida em três etapas. Na primeira foi realizada uma pesquisa de público com o público que participava das atividades desenvolvidas pelo museu, ou seja, seu público real. Na segunda etapa a pesquisa de pública foi realizada com os moradores e trabalhadores do entorno do museu, ou seja, o público potencial do MAS e por fim foi feita a análise do livro de visitas do ano de 2012.

A partir das observações iniciais em relação ao número de visitantes, iniciamos o estudo de público no entorno do museu. O MAS fica localizado no bairro da Cidade Velha, no centro histórico da cidade de Belém. Esse bairro foi mapeado e dividido em 35 áreas (Tabela 2), e distribuídas a uma equipe de 26 voluntários, divididos em 13 duplas, que realizaram entrevistas baseadas em um questionário tipo *survey*, com os moradores e trabalhadores do entorno do museu.

tivemos como principal ferramenta a aplicação de questionários, conforme apontado por Joan Mestre:

[...] Los cuestionarios deben planificarse con cuidado, deben tenerse en cuenta desde aspectos prácticos como la duración hasta estructurales como la secuenciación, se deben compaginar los tipos de preguntas abiertas, semicerradas o cerradas, se deben tener muy clara la corrección, que implica distintas fases de vaciado y codificación, categorización y análisis estadístico. Un buen cuestionario es una herramienta muy útil, pero difícilmente se consigue a la primera, más bien al contrario suele ser conveniente pilotar varias versiones hasta conseguir una herramienta eficaz⁵ (MESTRE, p. 570. 2005).

Como se percebe, os questionários são de fato uma boa ferramenta a ser aplicada nos estudos de público dos museus, porém é apenas uma parte do processo que envolve essa avaliação do público. É preciso analisar com atenção os resultados e principalmente utilizar os mesmos, a fim de conseguir melhorias gerais para o museu que está sendo avaliado. Só assim essa ferramenta terá de fato validade.

Semanalmente eram feitas reuniões com os voluntários do projeto para que eles relatassem a experiência que estavam tendo com as pessoas do entorno, alguns tiveram bastante dificuldade em aplicar os questionários, pela resistência que as pessoas tinham. Alguns relataram que essa resistência se devia ao fato de eles estarem com crachás que os identificava como alunos da Universidade. A solução encontrada por eles foi retirar o crachá para fazer algumas entrevistas, e sempre respeitando a vontade das pessoas em responder ou não aos questionários. Buscando pessoas que se mostravam a vontade em falar, desse modo os pequenos entraves encontrados pelos voluntários não influenciou nos resultados.

A partir da pesquisa de público foi iniciado o processo de interpretação e análise dos dados coletados, onde poderemos analisar de que forma as ações educativas do museu interferem no aumento ou diminuição na flutuação dos visitantes do MAS. Os dados coletados na pesquisa de público foram de suma importância para se iniciar a construção do Projeto Educativo do Museu, pois será a

⁵Tradução da autora: “Os questionários devem ser planejados com cuidado, tendo em conta desde os aspectos práticos como a duração, até estruturais, como a sequência de perguntas, se devem combinar os tipos de perguntas abertas, semifechadas ou fechadas, se deve ter bem claro a correção que envolve as fases de iniciação e codificação, categorização e análise estatística. Um bom questionário é uma ferramenta útil, mas é difícil chegar ao primeiro lugar, o oposto é muitas vezes desejável para conduzir várias versões, até se conseguir uma ferramenta eficaz”.

voz do público, onde os mesmos apontaram diversos fatores bons e ruins relacionados ao museu. O Projeto Educativo do Museu foi pensado a partir das necessidades apontadas pela comunidade, a partir daí se buscará estabelecer os laços entre museu e comunidade. De acordo com Alan Delazeri Mocellim:

[...] A palavra comunidade sugere uma forma de relacionamento caracterizada por altos graus de intimidade, vínculos emocionais, comprometimento moral e coesão social; e não se trata apenas de um vínculo passageiro. As relações caracterizadas como comunidade têm sua continuidade no tempo. O espaço também é importante na caracterização da comunidade, pois esta é localizada e envolve vínculos de proximidade espacial, tanto quanto de proximidade emocional. (MOCELLIM, p. 106. 2011).

A partir desse pensamento é que se buscará estreitar o relacionamento do museu com a comunidade no qual está inserido, tendo o comprometimento social que todo museu deve ter para com as pessoas da comunidade, os moradores do entorno do museu precisam estabelecer ou fortalecer os vínculos com o MAS, pois esse espaço faz parte do cotidiano de todos que ali moram ou trabalham.

Nas duas etapas da pesquisa, como já foi mencionada, a ferramenta principal utilizada foram os questionários. Porém antes da aplicação dos mesmos com o público real e potencial do museu houve um planejamento para sua elaboração, onde foi necessário refletir que tipo de questões deveria compor o mesmo. Com o intuito de sistematizar esse pensamento serão apresentadas a seguir duas tabelas que mostram que tipo de aspectos poderia ser trabalhado junto ao público, bem como as questões que seriam interessantes ser de nosso conhecimento, questões que abarquem tanto o público quanto o não público do museu.

A partir desse pensamento elaboraram-se alguns temas a serem trabalhados com os públicos do museu, é importante frisar que nem todas as questões foram colocadas diretamente nos questionários, porém alguns fatores importantes foram percebidos nas conversas que aconteceram durante a aplicação dos mesmos. A tabela 3 mostra os temas a serem trabalhados na pesquisa com o público real e potencial do museu. A tabela 4 demonstra a partir dos temas propostos as categorias de perguntas e respostas a serem trabalhadas nos questionários. A partir da relação das duas tabelas chegou-se aos dois questionários aplicados na

pesquisa. Um questionário específico para o público real e outro para o público potencial. Os questionários poderão ser visualizados nos apêndices 1 e 2.

As duas tabelas foram baseadas em um estudo intitulado *“Intereses y actitudes hacia la Investigación del Público en Museos Estatales: Informe de resultados del Panel de expertos” (2008)* desenvolvido em museus de Madri na Espanha e foi adaptado a realidade do MAS. Ressaltando que algumas questões foram utilizadas somente para os questionários aplicados com o público real, assim como outras foram utilizadas apenas para o público potencial.

Tabela 3 - Temas da Pesquisa com o Público

Temas Pensados para a Pesquisa de Público Desenvolvida no Museu de Arte Sacra de Belém (MAS), com o Público Real e Potencial do Museu.	
Pesquisa Inicial	<ul style="list-style-type: none"> • Análise das características sociodemográficas (perfil do público), motivações, expectativas, preferências, satisfação com a visita.
Pesquisa de Interesse (médio prazo)	<ul style="list-style-type: none"> • Avaliação da satisfação com a visita e os fatores envolvidos; • Pesquisa sobre os hábitos culturais e visitas a museus; • Análise da percepção do museu pelo público real e potencial sobre os hábitos dos visitantes e não visitantes (frequência de visitas, tipos de museus visitados, etc.). • Pesquisa sobre como foi feita a visita e a existência de informações sobre o museu antes da visita; • Avaliação das atividades do Museu; • Pesquisa com o público potencial.

Pesquisa de Interesse (longo prazo)	<ul style="list-style-type: none"> • Avaliação das exposições; • Avaliação dos serviços; • Pesquisa sobre conhecimento prévio dos visitantes e não visitantes.
--	---

Tabela 4 - Categorias de Perguntas e Respostas

Categorias de Respostas	Conteúdo das Respostas
Motivações, expectativas, preferências e interesses iniciais para visitar o museu.	O que motiva a visita, o que se espera encontrar, que expectativas existem em torno da visita, porque escolheu o museu ao invés de outra opção cultural, porque veio, porque escolher um museu e não outro, como imagina a visita antes da mesma acontecer, preferência em relação a horários para a visita ou participação em outras atividades do museu.
Nível de satisfação com a visita, cumprimento das expectativas e opiniões.	Satisfação com os serviços oferecidos pelo museu, o tratamento recebido, instalações (estrutura física), você recomendaria a visita? opinião em relação as exposições e informações repassadas, sugestões.
Experiência museal (análise da satisfação).	Razões de satisfação, sentimentos esperados durante a visita (diversão, conforto, surpresa, emoção, prazer, tranquilidade, acessibilidade, participação, aprendizado e etc.), dificuldades encontradas.
Questões Sociodemográficas para estabelecer o perfil dos visitantes.	Faixa etária, sexo, lugar de residência, escolaridade, renda, origem.
Informações gerais sobre o museu.	Informações prévias sobre a programação, preços e etc. conhecimento sobre a existência do museu, que informações possuem do museu, os meios de comunicação que informam sobre o museu, tipologia do museu.

Hábitos culturais dos visitantes e hábitos de visitas a museus.	Frequência de visitas, com que frequência repete as visitas, quando realizou a última visita, visitam outros museus, quantas vezes já visitou o museu, fatores que podem impedir a visita, atividades que gostaria de participar no museu.
Percepções acerca do museu.	Que percepções os visitantes e não visitantes do museu têm sobre a instituição, que opinião tem sobre os benefícios que os museus podem trazer para a sociedade, ideias associadas, o que os visitantes mais gostam nos museus, preconceitos e estereótipos sobre os museus.
Como realizam a visita.	Meios de transporte utilizados, dificuldade na localização do museu, sinalização externa e interna, questões de acessibilidade.
Perfil dos não visitantes: estudo de público potencial.	Razões para não visitar o museu, o que impede a visita (falta de interesse, falta de tempo, falta de identificação, falta de informação).
Opinião, satisfação, avaliação das atividades do museu.	Que tipo de atividades você gosta? O que gostaria de fazer no museu? Suas expectativas foram alcançadas? Metodologia desenvolvida nas atividades propostas, pessoal de apoio.

A seguir serão apresentados os dados da pesquisa feita com o público real e potencial, bem como os dados dos livros de assinatura do ano de 2012 do museu. A partir dessas interpretações se buscará responder algumas questões que norteiam esse estudo, tais como: O museu e os seus públicos: O que fazer? Como? Para quem? Quais as principais dificuldades dos museus de forma geral em atrair uma quantidade de visitantes mais elevada do que temos atualmente? Qual a expectativa e percepção do público em relação a essa instituição? De que forma os dados fornecidos na pesquisa podem ser úteis para a gerência do museu, para que assim seja possível pensar em estratégias para o futuro? E a principal questão “*porque as pessoas não vão aos museus*”?

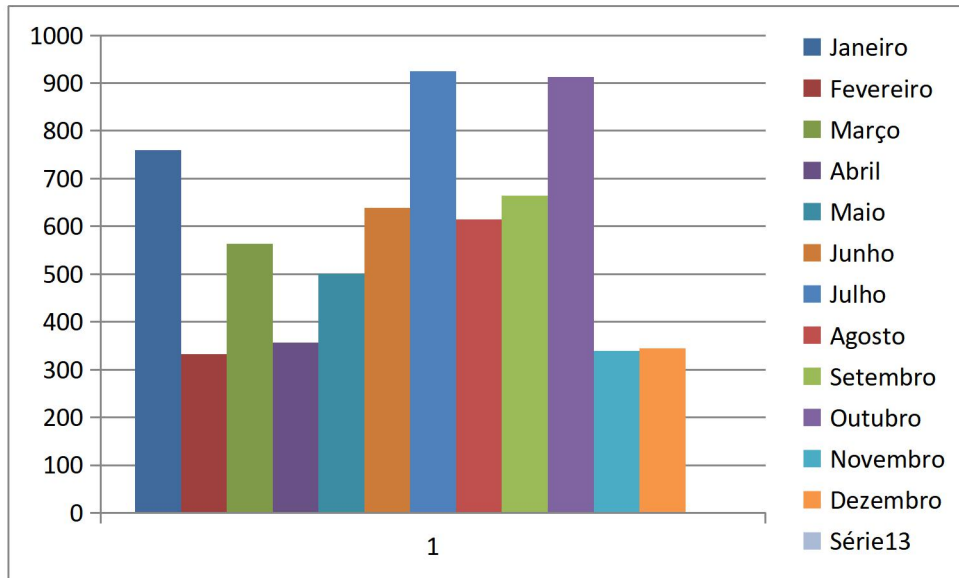
2.1. Público Flutuante

A pesquisa foi dividida em três etapas. Inicialmente foram analisados os dados do livro de assinaturas do museu do ano de 2012, posteriormente foram analisados os dados das atividades promovidas pelo museu, onde questionários eram distribuídos aos participantes, a fim de colher informações sobre o museu e o evento em questão. Já com esses dados em mãos houve a necessidade de estender a pesquisa para além dos muros do museu, foi quando então se iniciou a pesquisa no entorno do museu, feita com trabalhadores e moradores. Todos os dados foram lançados em uma planilha do Google Docs que é um aplicativo do Google composto por editores de apresentações, planilhas e formulários, para cada etapa da pesquisa foi criado um formulário onde os dados foram lançados, gerando os gráficos com as porcentagens devidas. Esses gráficos serão apresentados a seguir e posteriormente serão feitas as interpretações de todos os dados da pesquisa.

Inicialmente serão apresentados os dados coletados no livro de assinatura dos visitantes do ano de 2012 do MAS. Dois dados foram considerados relevantes para a pesquisa: A quantidade de visitantes por mês e a procedência dos mesmos. Todos os dados foram computados.

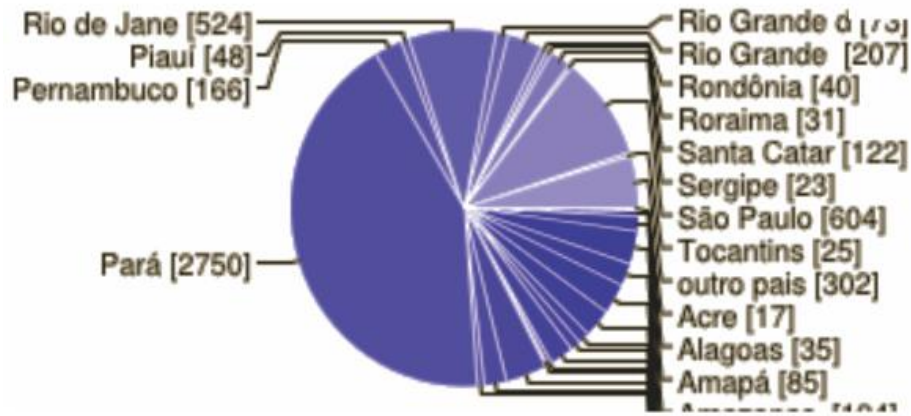
Em relação aos números de visitantes por mês no ano de 2012 no MAS temos os seguintes resultados: os meses de janeiro, julho e outubro foram os meses de maior fluxo de visitantes, com 760, 925 e 913 visitantes respectivamente. Os meses de média visitação foram os meses de março, junho, agosto e setembro, com 500 visitantes no mês de março e uma média de 600 visitantes nos outros três meses. Os meses com menor número de visitação foram os meses de fevereiro, abril, maio, novembro e dezembro, com uma média de 300 visitantes por mês.

Tabela 5 - Número de Visitantes por mês



Constata-se que o MAS já foi visitado por pessoas de todo o país e de muitos outros países como Alemanha, França, Itália, Argentina, entre outros. No entanto devemos ter em mente que o museu deve chegar primeiramente aos que estão mais próximas, as pessoas da comunidade na qual o museu está inserido, isso é imprescindível para o papel social do museu. Diante de todos os dados coletados nas etapas da pesquisa, será possível elaborar e desenvolver ações educativas que futuramente possam mudar questões consideradas negativas para o museu.

Tabela 6 - Procedência dos Visitantes



Procedencia

Acre	17	0%	Paraíba	42	1%
Alagoas	35	1%	Pará	2750	43%
Amapá	85	1%	Pernambuco	166	3%
Amazonas	194	3%	Piauí	48	1%
Bahia	134	2%	Rio de Janeiro	524	8%
Ceará	179	3%	Rio Grande do Norte	73	1%
Distrito Federal	165	3%	Rio Grande do Sul	207	3%
Espírito Santo	70	1%	Rondônia	40	1%
Goiás	63	1%	Roraima	31	0%
Maranhão	140	2%	Santa Catarina	122	2%
Mato Grosso	27	0%	Sergipe	23	0%
Mato Grosso do Sul	18	0%	São Paulo	604	9%
Minas Gerais	246	4%	Tocantins	25	0%
Paraná	133	2%	outro pais	302	5%

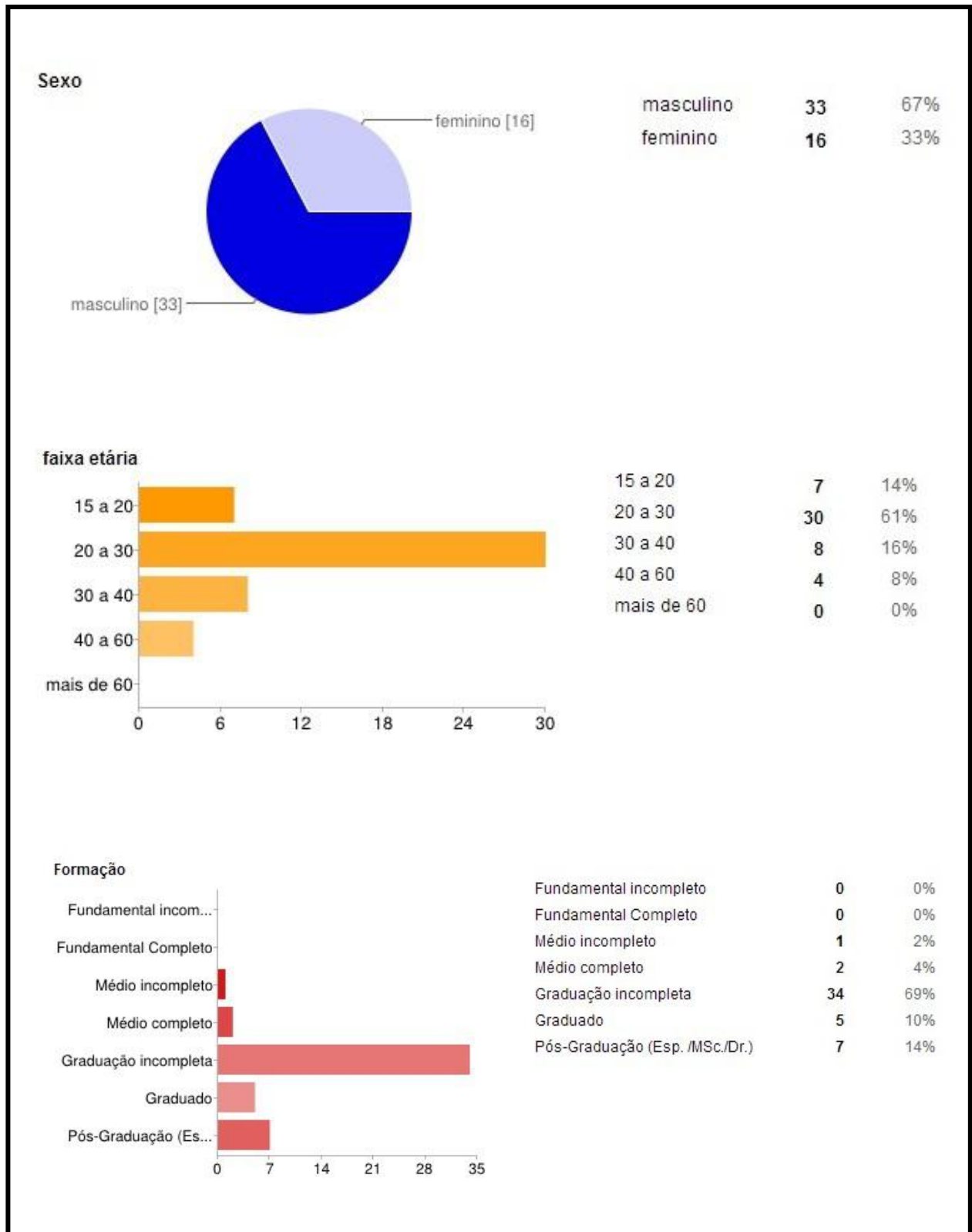
2.2. Estudo de Público Real

Esse estudo foi realizado a partir da pesquisa feita com os participantes das atividades realizadas pelo museu. Foram avaliadas cinco palestras, das quais duas realizadas à noite e durante a semana que chamaremos de grupo 1, com uma média de 55 participantes e outras três realizadas pela manhã, no sábado que chamaremos de grupo 2, com uma média de 15 participantes. Os participantes do grupo I participaram de um ciclo de palestras de um projeto denominado “Belém 400 anos” realizado pelo MAS. o grupo II são em sua maioria alunos do curso de Museologia que participaram das palestras oferecidas pelo Projeto Ex Ducere: criando laços entre Museu, Universidade e Comunidade, eram palestras oferecidas

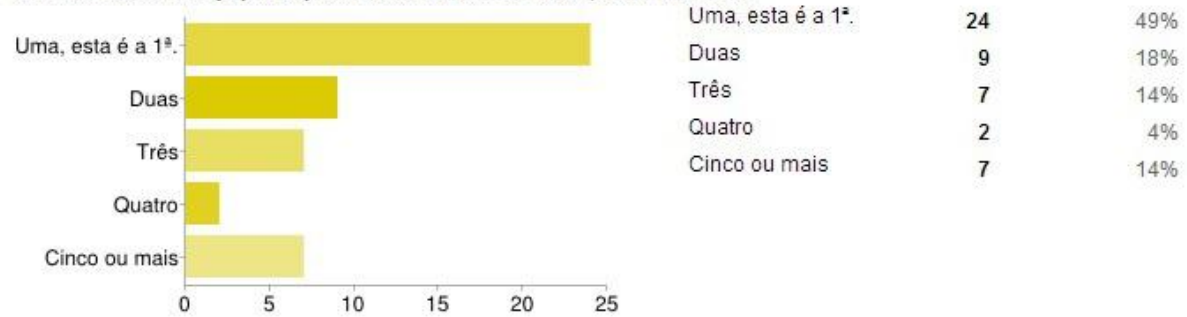
mensalmente, denominadas “Santo do Mês”, onde em cada mês foi feita uma exposição do santo referente e na palestra se apresentava a iconografia daquele Santo e posterior a palestra era feita a visita a exposição.

Os dados da primeira pesquisa de público feita com o público real do museu mostrou que o perfil do grupo 1 é de 70% do sexo masculino, 68% estão na faixa etária entre 20 a 40 anos, 94% são graduados, com pós graduação ou cursando uma graduação, 60% moram na cidade de Belém. Em relação à participação em atividades do museu, 46% era a primeira vez que participava de um evento no museu, 34% não visita museus, 57% souberam do evento através de um amigo, e em relação ao acesso e programação visual do museu, 55% respondeu que o acesso e a programação visual são satisfatórios. No conceito geral do evento 82% atribuiu conceito bom e excelente, 53% prefere que o evento seja à noite e em fim de semana e 91,49% participaria de outra atividade no Museu.

Tabela 7 - Gráficos referentes à pesquisa com o Grupo I
Fonte: Projeto Ex Ducere



Quantas vezes você já participou de eventos neste Museu, incluindo este?



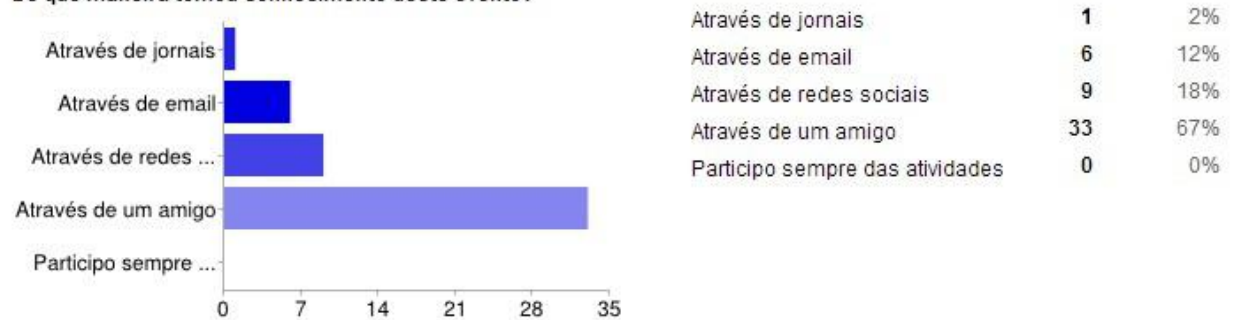
Sem contar com esta visita, Quando foi a última vez que visitou este Museu?



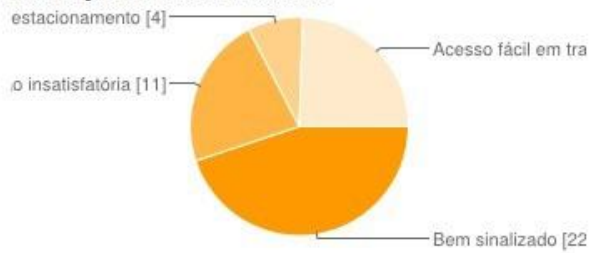
Com que frequência você visita museus?



De que maneira tomou conhecimento deste evento?

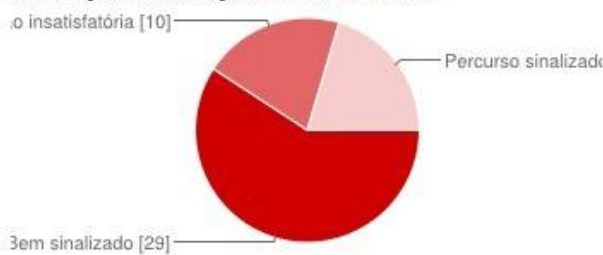


Em relação ao acesso ao museu:



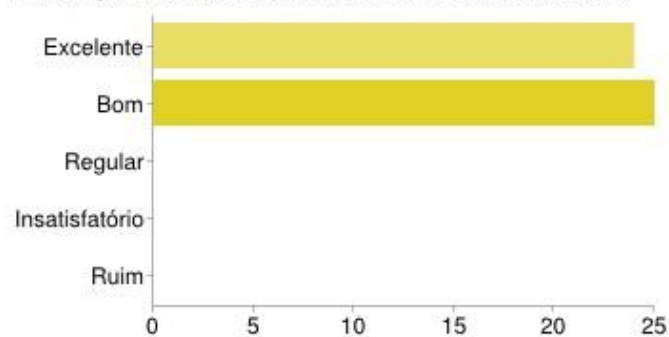
Bem sinalizado	22	45%
Sinalização insatisfatória	11	22%
Fácil estacionamento	4	8%
Acesso fácil em transporte coletivo	12	24%

Em relação à sinalização interna do museu:



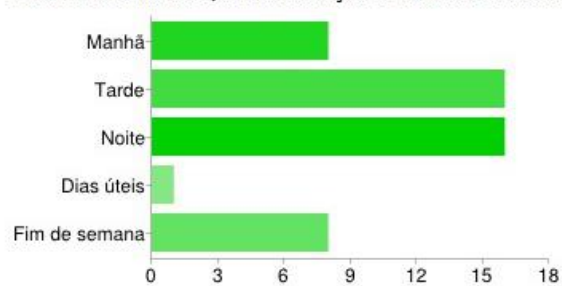
Bem sinalizado	29	59%
Sinalização insatisfatória	10	20%
Percurso sinalizado	10	20%

Em relação ao evento, que conceito você atribui no geral:

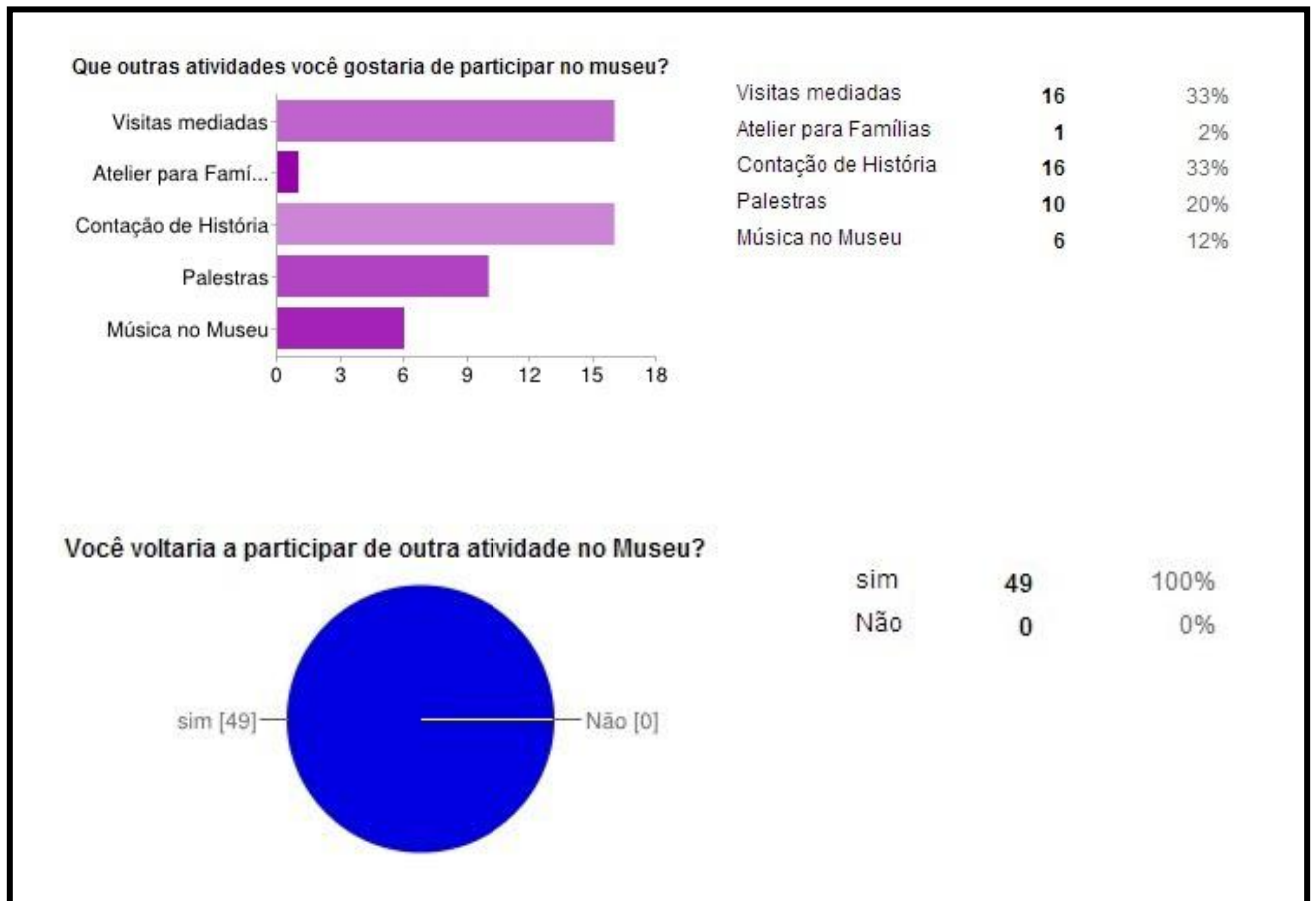


Excelente	24	49%
Bom	25	51%
Regular	0	0%
Insatisfatório	0	0%
Ruim	0	0%

Qual o melhor horário para a realização de atividades no museu? Pode marcar mais de uma opção



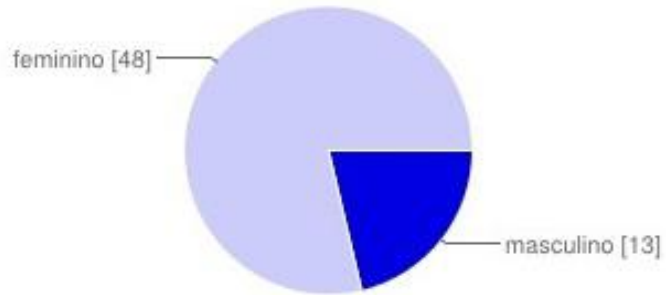
Manhã	8	16%
Tarde	16	33%
Noite	16	33%
Dias úteis	1	2%
Fim de semana	8	16%



O perfil do grupo 2 é de 76% do sexo feminino, 91% estão na faixa etária entre 15 a 30 anos, 62% moram na cidade de Belém. Em relação à participação em atividades do museu, 25% era a primeira vez que participava de um evento no museu, 45% visita museus várias vezes ao ano, 56% souberam do evento através de e-mail ou de redes sociais, e em relação ao acesso e programação visual do museu, 60% respondeu que o acesso e a programação visual é bem sinalizado. No conceito geral do evento 99% atribuiu conceito bom e excelente, 70% prefere que o evento seja pela manhã e em fim de semana e 100% participaria de outra atividade no Museu.

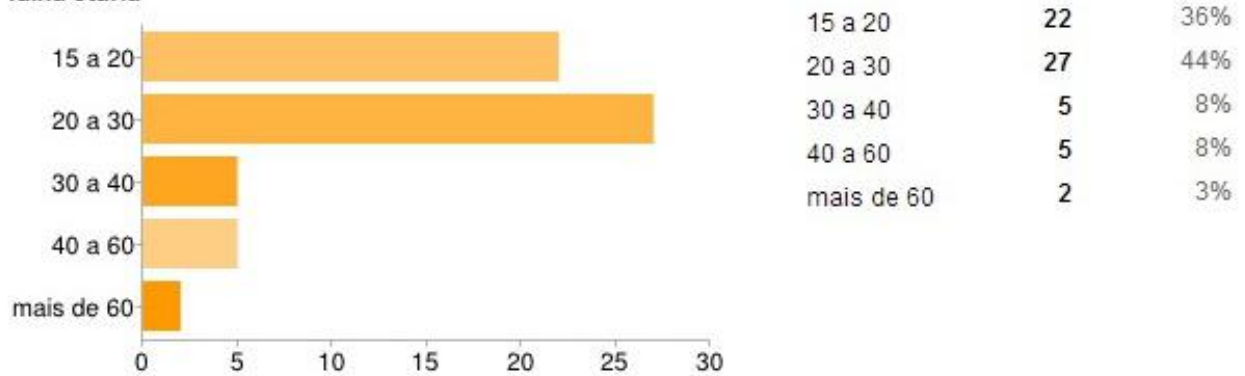
Tabela 8 - Gráficos referentes à pesquisa com o Grupo II
Fonte: Projeto Ex Ducere

Sexo

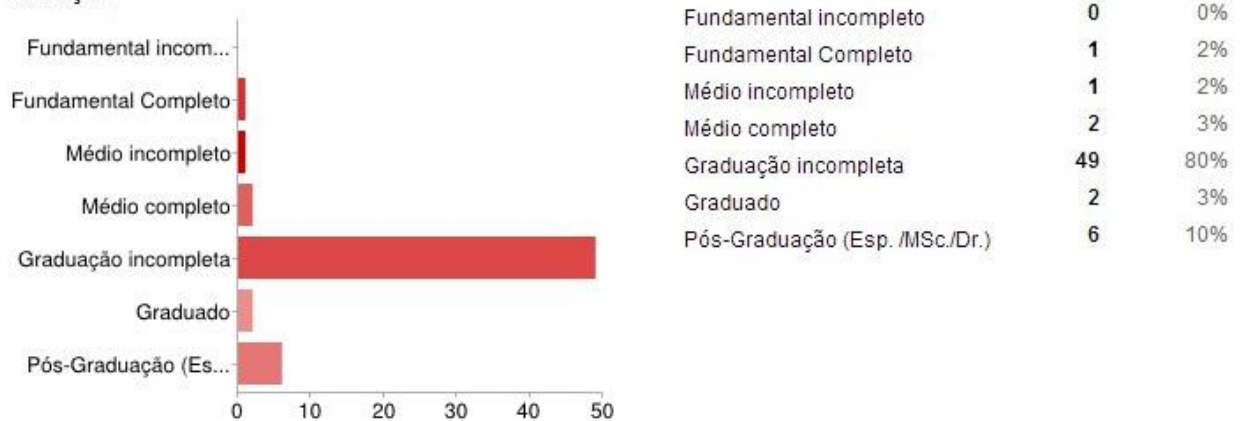


masculino	13	21%
feminino	48	79%

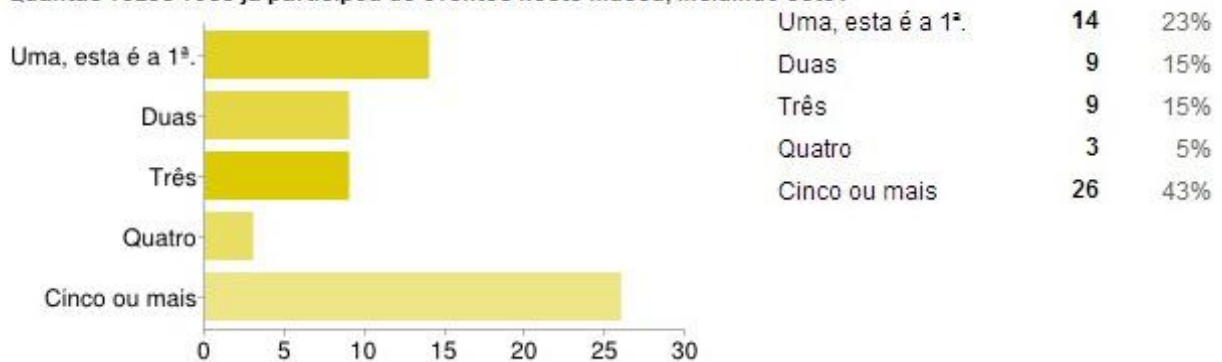
faixa etária



Formação *



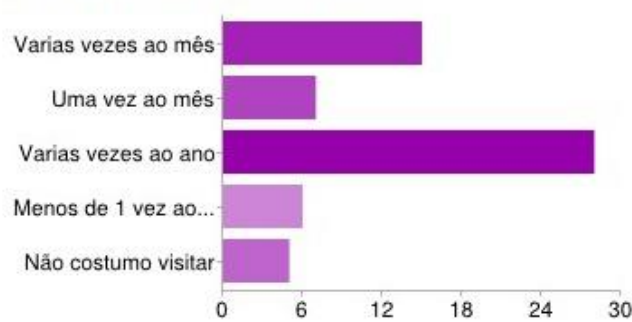
Quantas vezes você já participou de eventos neste Museu, incluindo este?



Sem contar com esta visita, Quando foi a última vez que visitou este Museu?

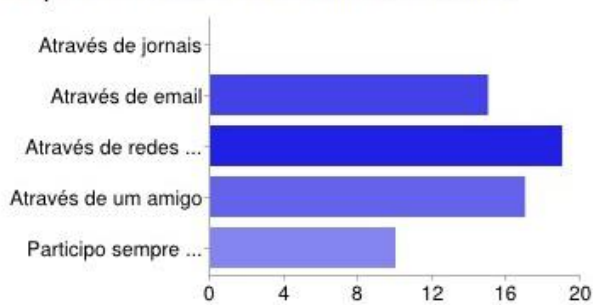


Com que frequência você visita museus?



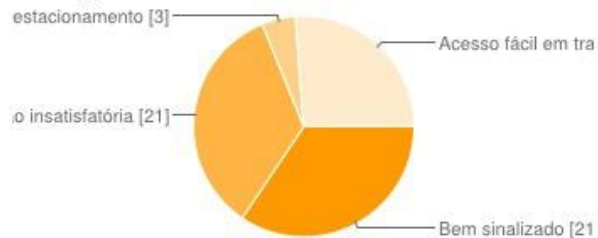
Varias vezes ao mês	15	25%
Uma vez ao mês	7	11%
Varias vezes ao ano	28	46%
Menos de 1 vez ao ano	6	10%
Não costumo visitar	5	8%

De que maneira tomou conhecimento deste evento?



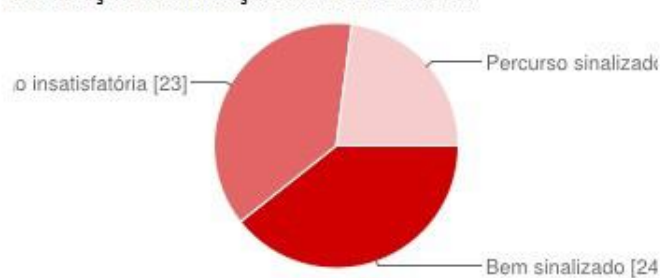
Através de jornais	0	0%
Através de email	15	25%
Através de redes sociais	19	31%
Através de um amigo	17	28%
Participo sempre das atividades	10	16%

Em relação ao acesso ao museu:



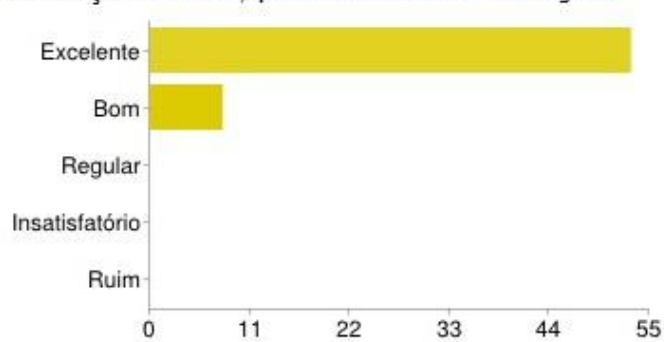
Bem sinalizado	21	34%
Sinalização insatisfatória	21	34%
Fácil estacionamento	3	5%
Acesso fácil em transporte coletivo	16	26%

Em relação à sinalização interna do museu:



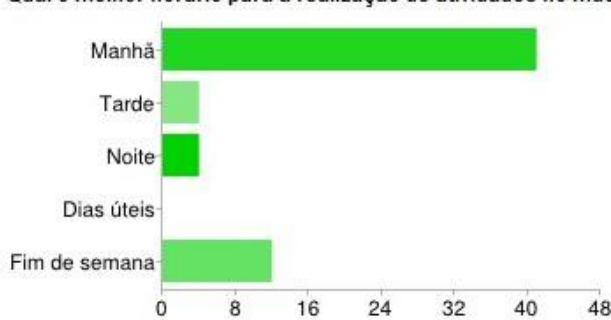
Bem sinalizado	24	39%
Sinalização insatisfatória	23	38%
Percurso sinalizado	14	23%

Em relação ao evento, que conceito você atribui no geral:



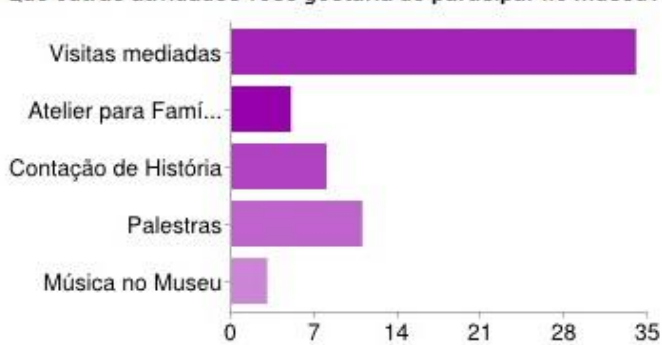
Excelente	53	87%
Bom	8	13%
Regular	0	0%
Insatisfatório	0	0%
Ruim	0	0%

Qual o melhor horário para a realização de atividades no museu? Pode marcar mais de uma opção



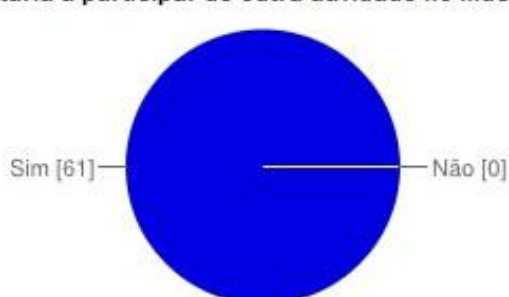
Manhã	41	67%
Tarde	4	7%
Noite	4	7%
Dias úteis	0	0%
Fim de semana	12	20%

Que outras atividades você gostaria de participar no museu?



Visitas mediadas	34	56%
Atelier para Famílias	5	8%
Contação de História	8	13%
Palestras	11	18%
Música no Museu	3	5%

Você voltaria a participar de outra atividade no Museu?



Sim	61	100%
Não	0	0%

2.3- Estudo de Público Potencial

A partir de dados fornecidos nessa primeira etapa da pesquisa, foi necessário estendê-la para fora dos muros do museu. Dessa forma foi realizada uma segunda etapa do estudo de público, dessa vez com as pessoas que moram e trabalham no entorno do museu, a fim de se obter dados a serem discutidos no que diz respeito ao número de visitas do MAS.

O público que não frequenta o museu, o não visitante, é sujeito também, isto porque ele “usa o museu”. O uso se dá pela participação na construção social do que seja um museu, uma construção que se dá no imaginário desse sujeito, mas com certeza esse imaginário dá forma social a essa instituição. O não visitante tem essa participação e como ela se dá precisa ser investigada, (CURY, p. 95, 2009.).

A importância em ouvir as pessoas que dão forma social ao museu deve ser uma das prioridades da gestão dessas instituições, para que assim seja possível entender de que forma o museu se apresenta no imaginário dessas pessoas que não participam ativamente das atividades do museu, que tipo de impressão o museu passa para esses sujeitos e a partir desses estudos criar as possibilidades de transformação desse público.

Toda pesquisa foi realizada de forma a se obter estatisticamente dados que ajudassem a responder e a compreender as questões norteadoras deste trabalho. “numa das principais e mais comuns abordagens estatísticas, visamos compreender um todo maior (população) a partir da análise de um fragmento (amostra) desse todo.” (VOLPATO E BARRETO. P. 21. 2011).

Nesta nova etapa importante, a pesquisa sai do museu com o objetivo de identificar o público potencial do Museu de Arte de Sacra e identificar os motivos que os afasta do museu.

A segunda etapa da pesquisa nos mostrou que 57% dos questionários foram respondidos por pessoas do sexo masculino; 35% dos entrevistados tinham de 40 a 60 anos de idade; a maioria dos entrevistados, cerca de 35% , apontaram sua escolaridade como sendo o Ensino Médio Completo; nos estudos de Bourdier, ele afirma que quanto maior o nível de instrução, ou seja, quanto maior a escolaridade

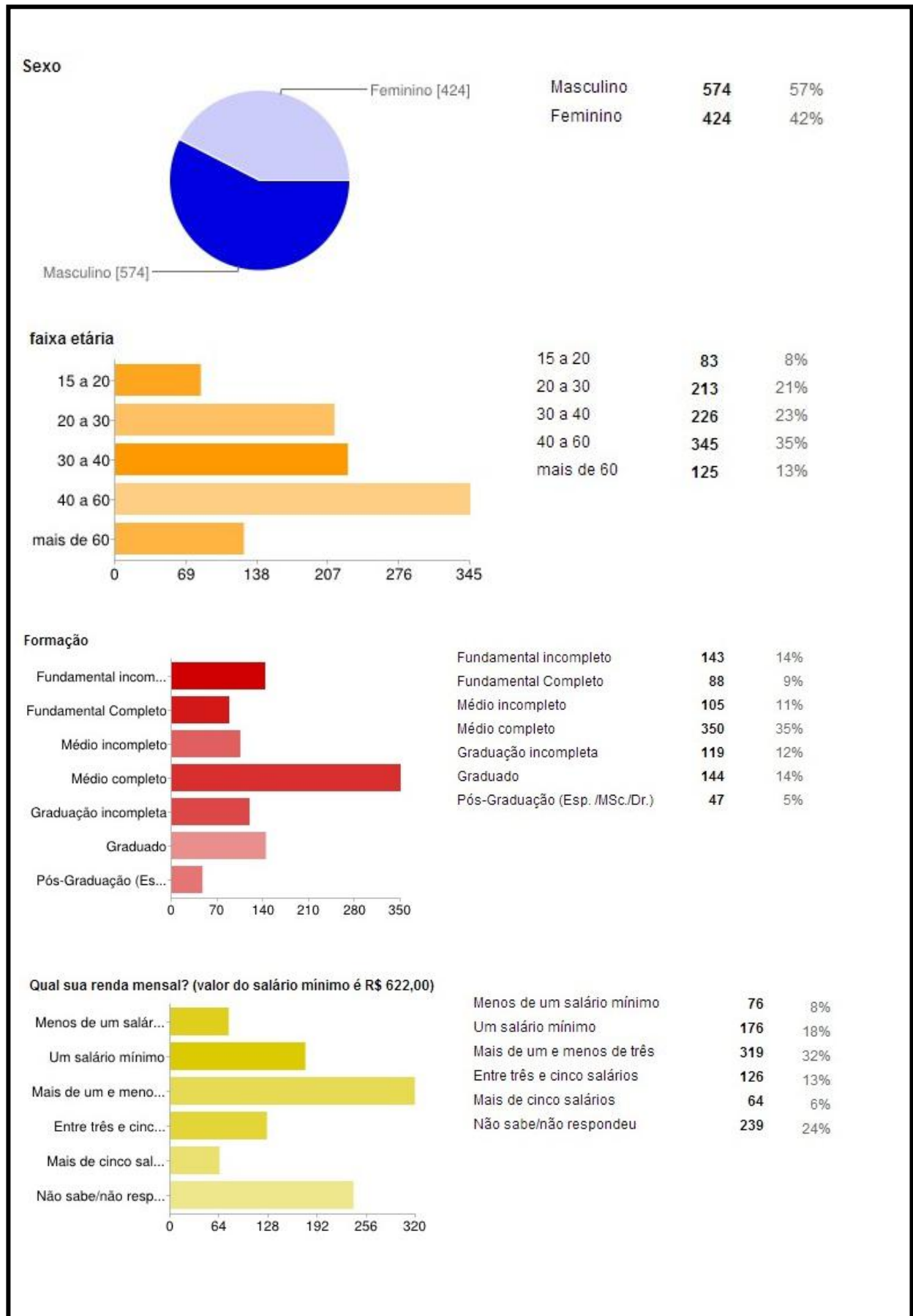
das pessoas, maior é a frequência das mesmas em museus. No entanto, 55% dos entrevistados nunca visitaram o Museu de Arte de Sacra e apontaram como principal dificuldade a falta de tempo. Essa resposta foi apontada por 54% das pessoas que responderam aos questionários.

Nas entrevistas, 55% dos entrevistados disseram que nunca tiveram conhecimento de nenhuma atividade realizada pelo museu. Em geral essa divulgação é feita pela internet. Os que já tiveram conhecimento de eventos realizados pelo museu chegaram a 44% dos entrevistados, sendo que o meio de comunicação que tomaram conhecimento foi o jornal impresso. Quanto à renda familiar a maioria preferiu não responder, isso correspondeu a 24% das respostas, 32% responderam que ganham mais de um e menos de três salários mínimos.

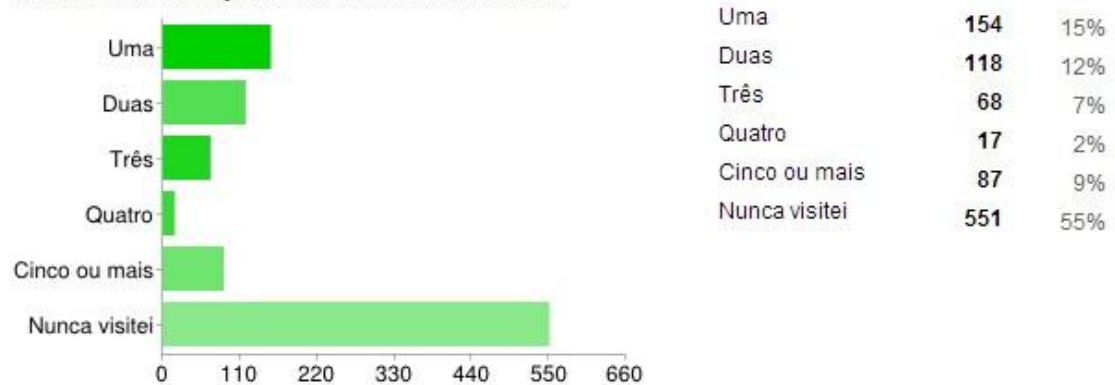
Sobre a frequência a visitas em museus de forma geral 515 pessoas (52%) não costuma visitar esses espaços. Perguntados se o museu traz algum benefício para a sociedade 958 pessoas (96%) disseram que sim, sendo que a maioria (47%) apontou o aumento do conhecimento como o principal benefício que o museu pode oferecer a sociedade. As palestras (23%) e as visitas mediadas (23%) foram apontadas como as principais atividades que as pessoas gostariam de participar no museu. Os museus de história foram apontados por 37% dos entrevistados como opção para visita.

Tabela 9 - Gráficos da Pesquisa com o Público Potencial

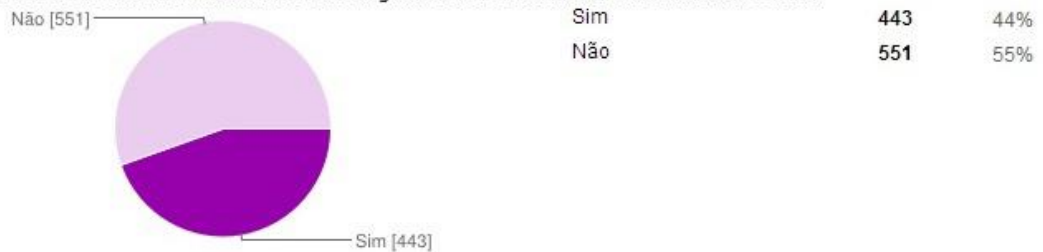
Fonte: Projeto Ex Ducere



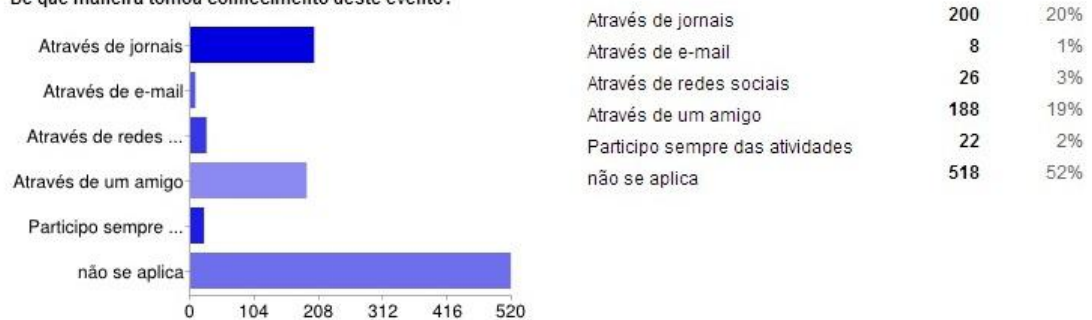
Quantas vezes você já visitou o Museu de Arte Sacra?



Alguma vez você tomou conhecimento sobre algum evento realizado no Museu de Arte Sacra?



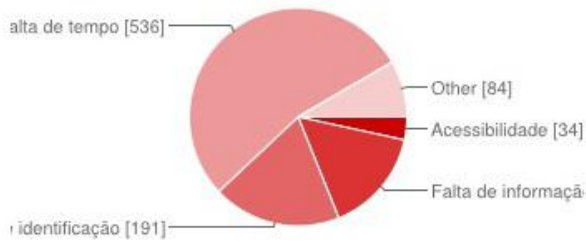
De que maneira tomou conhecimento deste evento?



Com que frequência você visita Museus?



Que fatores impedem que você visite o museu?



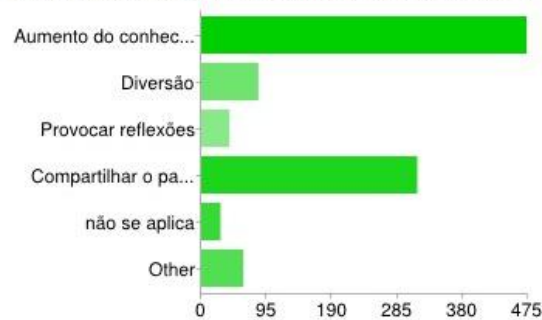
Acessibilidade	34	3%
Falta de informação	155	16%
Falta de identificação	191	19%
Falta de tempo	536	54%
Other	84	8%

Você acha que o Museu traz algum tipo de benefício para a sociedade?



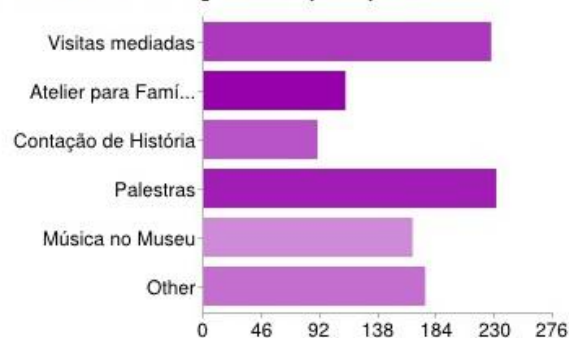
Sim	959	96%
Não	38	4%

Que benefícios os Museus podem trazer para a sociedade?



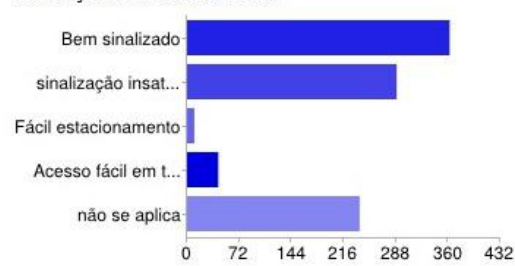
Aumento do conhecimento	473	47%
Diversão	83	8%
Provocar reflexões	41	4%
Compartilhar o patrimônio cultural	314	31%
não se aplica	28	3%
Other	61	6%

Que atividades você gostaria de participar no museu?



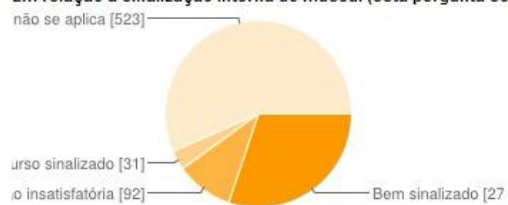
Visitas mediadas	227	23%
Atelier para Famílias	112	11%
Contaço de História	90	9%
Palestras	231	23%
Música no Museu	165	17%
Other	175	18%

Em relação ao acesso ao museu



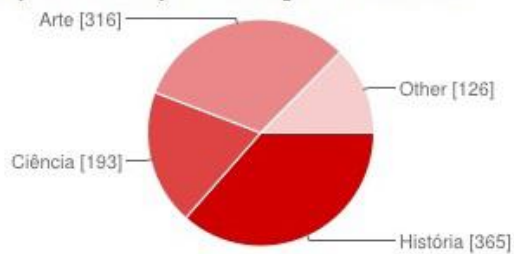
Bem sinalizado	362	36%
sinalização insatisfatória	289	29%
Fácil estacionamento	10	1%
Acesso fácil em transporte coletivo	43	4%
não se aplica	238	24%

Em relação à sinalização interna do museu: (esta pergunta só deve ser respondida por aqueles que já visitaram o museu)



Bem sinalizado	279	28%
Sinalização insatisfatória	92	9%
Percurso sinalizado	31	3%
não se aplica	523	52%

Que tipo de Museus já visitou ou gostaria de visitar?



História	365	37%
Ciência	193	19%
Arte	316	32%
Other	126	13%

3. ESCUTANDO OS NÚMEROS

A partir dos gráficos apresentados, chega-se aos dados a serem analisados. A análise da pesquisa é de suma importância, pois sinaliza a fala das pessoas, a interpretação desses dados é o que permitirá pensar em ações educativas que contemplem as necessidades das pessoas ouvidas.

As duas etapas da pesquisa trouxeram dados bastante relevantes sobre o perfil dos dois públicos do museu. Se o museu deve ser entendido como instrumento de mudança social e instrumento para o desenvolvimento nos eixos da sustentabilidade, e que possibilitaria à comunidade uma visão de conjunto do seu meio social, porque as pessoas não frequentam o museu? Escutar a comunidade, saber o que esperam do museu, que atividades seriam de seus interesses. Abrir as portas do museu, esta é uma forma de estabelecer laços, o museu como território de mediação entre o saber acadêmico museológico e a comunidade desejosa de participar ativamente da sua história, como fiel depositário da memória.

3.1. Análise e Interpretação dos dados

Em relação ao número de visitantes por mês no ano de 2012 podemos chegar a algumas constatações. O MAS teve em torno de 6.952 visitantes no ano de 2012, sendo o museu mais visitado de todo Sistema Integrado de Museus (SIM). Em alguns meses o número de visitantes chegou a quase mil visitantes, para os museus de nossa região é um bom número, porém um número baixíssimo em relação a outros museus nacionais ou mesmo em relação à visitação no Museu Paraense Emílio Goeldi, que como já foi citado no início dessa pesquisa recebe em média 15 mil visitantes por mês. É importante ressaltar que esse número é relativo, pois em conversa com os mediadores fui informada que vários visitantes saem do museu sem assinar o livro.

Os meses que tiveram o maior número de visitantes foram os meses de janeiro, julho e outubro, no entanto esses meses possuem um diferencial em relação aos outros meses do ano. Janeiro e julho são meses de férias e o mês de outubro é quando a cidade está em festa e repleta de turistas por conta do Círio de Nossa Senhora de Nazaré, por isso a visitação sobe bastante nesses meses,

principalmente por turistas. Nos demais meses o número de visitantes foi mais modesto. É importante ressaltar que em todos os meses do ano é grande o número de visitas agendadas por grupos escolares ou outros grupos, essas visitas chegam a 20% dos visitantes do museu, essas visitas são agendadas também nos meses de férias, constatando assim que os visitantes do museu são grupos escolares e turistas, pois como uma das etapas da pesquisa mostrou, os moradores e trabalhadores do entorno do museu não frequentam esse espaço.

Em relação à procedência os números nos mostram que a maioria das pessoas que vão ao museu são do estado do Pará, esse número chegou a 2.750 visitantes paraenses no ano de 2012, correspondendo a 43% do público, porém como nos mostra a pesquisa feita no entorno esses paraenses que visitam o MAS não moram no entorno do museu, são pessoas de outros bairros ou de outros municípios. O que está faltando para o museu atingir as pessoas que estão mais próximas? A partir disso será possível elaborar ações educativas que cheguem a essas pessoas. De outro modo o museu continuará sendo um lugar apenas de visitas agendadas e para os que vêm de fora.

A partir da análise das duas fases da pesquisa, chegamos a alguns resultados. Na pesquisa feita com o público real do museu, os resultados apontam que a maioria das pessoas que vão ao museu é do sexo feminino. Seriam as mulheres as principais frequentadoras desses espaços? Trata-se de um público jovem, que não ultrapassou os 40 anos de idade e que possui um nível de instrução mais elevado, com graduação completa e incompleta ou pós-graduação. Já a fase realizada com o público potencial mostrou que os homens podem vir a se tornar uma parte considerável do público real do museu, pois a pesquisa foi realizada em sua maioria com pessoas do sexo masculino.

O público do entorno é um público de idade mais adiantada, ficando na faixa etária de 40 a 60 anos de idade, porém a maioria possui apenas o ensino médio completo. Diante disso é preciso propor atividades que contemplem os dois públicos que são diferenciados. Um bom começo seria o meio de comunicação utilizado pelo museu para fazer a divulgação de suas atividades, que na maioria das vezes é feita por meios eletrônicos, o que impossibilita a transmissão da mensagem para os dois públicos do museu e conseqüentemente acaba por restringir o público real. Outra

questão que nos faz refletir é que 96% dos entrevistados acreditam que o museu traz algum benefício para a sociedade, porém mais de 50% nunca visitaram o Museu de Arte Sacra, esse paradoxo nos leva a crê que essa resposta foi dada apenas por conveniência, ou então as pessoas não tem interesse em aumentar o conhecimento ou partilhar o patrimônio cultural, mesmo achando que elas podem ser beneficiadas com isso.

Uma questão muito interessante a ser trabalhada pelo museu é em relação às visitas mediadas, essa atividade foi apontada pela maioria como uma atividade atrativa, porém é de conhecimento das pessoas que frequentam e trabalham nas instituições museias que uma das principais deficiências dos museus de modo geral é em relação a mediação. Este é um ponto de suma importância a ser tratado e repensado no plano educativo do museu, como já foi apontado anteriormente.

De posse dos dados da pesquisa reflete-se sobre duas questões. Primeiro, quando de fato temos interesse em alguma atividade sempre encontramos tempo para realizá-la. Segundo, será que o museu tem atrativos para despertar a vontade da visita nas pessoas? A falta de divulgação dos eventos realizados pelo museu é um dado que pode influenciar diretamente o número de visitação.

Com esses dados constata-se que o MAS já foi visitado por pessoas de todo o país e de muitos outros países como Alemanha, França, Itália, Argentina, entre outros. No entanto devemos ter em mente que o museu deve chegar primeiramente aos que estão mais próximos, as pessoas da comunidade na qual o museu está inserido, isso é imprescindível para o papel social do museu. Diante de todos os dados coletados nas etapas da pesquisa, será possível elaborar e desenvolver ações educativas que futuramente possam mudar questões consideradas negativas para o museu.

O museu deve ser visto de forma que o aprendizado seja sempre uma troca entre as pessoas, daí a importância da mediação cultural dentro dessas instituições, de modo que o mediador deva ser apenas um estimulador e provocador para aqueles que visitam o museu e jamais um formador de verdades absolutas, a experiência da troca é o que realmente dá sentido a mediação dentro dos museus, quando o visitante está livre para formar suas próprias ideias a respeito daquele

lugar e das obras que ele abriga, tornando-se assim um “espectador emancipado” (RANCIÉRE. 2008).

Com esta pequena amostra, tiramos algumas conclusões. A primeira é que, considerando o pensamento de Pierre Bourdieu, quando afirma que a “frequência dos museus aumenta consideravelmente à medida que o nível de instrução é mais elevado”, de fato observamos que o público que frequentou as atividades possui graduação e pós-graduação ou está cursando uma graduação. No entanto, sinaliza outra questão. Segundo o Censo 2010, na cidade de Belém, 41,83% da população está inserida neste item, ou seja, cerca de meio milhão de pessoas seriam visitantes potenciais por terem elevado grau de instrução, não somente do MAS como de outros museus. Mas não é o que acontece. A média de participação nos eventos foi pequena, e a média mensal de visitas ao museu como mostrou a análise do livro de visitas de 2012, é de 1.904,5 visitantes/mês, dos quais 20% são grupos agendados de escolas. Em relação ao índice do censo, é um número muito pequeno. Todas essas questões que foram levantadas com a pesquisa de público realizada no MAS faz com que o Projeto Educativo do Museu seja pensado de acordo com os públicos que o museu alcança ou pode vir a alcançar.

3.2. Indicativos de Educação e Museus

As ações educativas do museu estão dentro do trabalho de Educação patrimonial desenvolvida com a comunidade. Para discutir educação patrimonial é necessário que antes se faça uma discussão sobre patrimônio, memória e identidade, pois as ações educativas que se desenvolvem em determinado museu primeiramente passam por esses conceitos, já que entendemos que para um bom desenvolvimento dessas ações é preciso ter em mente o que a comunidade a ser trabalhada entende por patrimônio, que memórias carregam e qual a identificação dessa comunidade com os patrimônios.

Para aprofundar a discussão sobre patrimônio é necessário breve debate sobre os termos acima citados, quais sejam: Memória, Patrimônio e identidade. Para Oliveira “[...] A noção de patrimônio é concebida como todo modo de representação da coletividade humana. [...], abrange o patrimônio material e, [...], o patrimônio subjetivo contido na memória, tradições culturais e identidades,” (Oliveira, p.2. 2004). Para desenvolver as reflexões sobre a memória é necessário entender que a

memória se desenvolve em dois vieses, a memória coletiva e a individual (POLLAK, p 02. 1992). Buscamos sempre relacionar com as experiências vividas pelos sujeitos. Devemos trabalhar memória de forma que o discurso esteja aberto ao diálogo, que não seja algo imposto, portanto o discurso por trás das memórias de uma sociedade deve estar em constante construção. A memória individual que tem a capacidade de evocar elementos simbólicos ausentes é complementada pela memória coletiva (POLLAK, p 02. 1992).

A educação patrimonial deve abarcar as ações educativas desenvolvidas no museu, como um agente de preservação e afirmação do patrimônio cultural. Segundo, Maria de Lourdes Parreira Horta:

Trata-se de um processo permanente e sistemático de trabalho educacional centrado no Patrimônio Cultural como fonte primária de conhecimento individual e coletivo. A partir da experiência e do contato direto com as evidências e manifestações da cultura, em todos os seus múltiplos aspectos, sentidos e significados, o trabalho de Educação Patrimonial busca levar as crianças e adultos a um processo ativo de conhecimento, apropriação e valorização de sua herança cultural, capacitando-os para um melhor usufruto desses bens, e propiciando a geração e a produção de novos conhecimentos, num processo contínuo de criação cultural. (HORTA, p.6. 1999).

Todo museu possui uma missão educativa, que com uma estrutura organizada, com recursos mínimos, onde seja possível desenvolver ações direcionadas para o seu público. É preciso que essas ações educativas possibilitem um diálogo com a comunidade de modo geral, o que pode ser feito através de atividades oferecidas pelo museu. Essas atividades devem principalmente ser desenvolvidas de modo que reforcem a identidade dos indivíduos e que despertem o sentimento de pertencimento para com o patrimônio salvaguardado por essas instituições. Dessa forma seria visível a importância e a valorização da cultura de determinada comunidade. O museu deve ser um lugar de desenvolvimento, um instrumento de desenvolvimento e educação, além de ser um espaço de reflexão, mas acima de tudo pensar o museu como um lugar de transformação.

As ações educativas devem ser pensadas de modo a atingir o maior número de pessoas possíveis. A pesquisa de público realizada no MAS cria subsídios para o melhor desenvolvimento dessas ações, pensando sempre que as mensagens devem ser transmitidas de formas múltiplas, pois assim é o público. “não somos mais nós mesmos. Cada um reconhecerá os seus. Fomos ajudados, aspirados multiplicados”

(DELEUZE, p.17. 1995). Assim o museu deve ser um agente transformador e multiplicador, criando os elos necessários com os seus visitantes. O museu, também é responsável pela formação das pessoas, o museu é um mediador e estimulador para o crescimento dos sujeitos.

Esse processo só existirá de fato quando as ações forem planejadas e sistemáticas, quando houver uma continuidade e efetividade nas ações educativas do museu. Todas essas questões dependerão exclusivamente de se ter um projeto educativo onde estejam previstos todos os aspectos já citados. Como deve ser pensado o projeto educativo do museu e sua importância é o que veremos a seguir.

3.3. O Projeto Educativo do MAS

Inicialmente quero compartilhar as informações que recebi acerca da existência de um Projeto Educativo no Museu de Arte Sacra. A informação que obtive do serviço de educação do museu é que o que existe é um projeto da antiga gestão, que já está ultrapassado. Durante o desenvolvimento do Projeto **Ex Ducere: criando laços entre Museu, Universidade e Comunidade**, foi-se trabalhando os aspectos de um novo projeto educativo para o MAS em sua nova gestão. O projeto **Ex Ducere: criando laços entre Museu, Universidade e Comunidade** ainda está em andamento, em fase de construção de um novo Projeto Educativo para o MAS, tendo por base as indicações dessa pesquisa.

Todos os aspectos citados acima devem fazer parte do projeto educativo do museu (PEM), tudo deve ser previsto e bem elaborado para que seja posto em prática com sucesso. Todo museu deve ou deveria ter um PEM, assim como um plano museológico, um plano de comunicação, entre outros. De acordo com Núria Serrat Antolí: “teniendo en cuenta que la educación es uno de los objetivos básicos de cualquier museo, nos es frecuente hallar en instituciones museísticas documentos que especifiquen las bases teóricas de su acción didáctica”,⁶ (ANTOLÍ, p.181. 2007).

As ações educativas previstas no PEM devem criar estratégias que possibilitem um canal de comunicação direta com o visitante. Essas ações devem ser realizadas

⁶ “Tomando em conta que a educação é um dos objetivos básicos de qualquer museu, encontramos sempre nas instituições museais documentos que especifiquem as bases teóricas de sua ação didática” – Tradução Ida Hamoy

com o intuito de estimular o visitante durante a sua ida ao museu, possibilitando assim a sua volta, bem como a difusão das ações realizadas pelo museu.

O museu é uma instituição aberta a toda sociedade, portanto recebe diferentes grupos sociais, diante disso o PEM deve prevê ações que contemplem essa diversidade encontrada nos grupos sociais. Dai a importância de uma equipe multidisciplinar que possa enxergar de maneira mais plural as pessoas que visitam os museus. Antolí diz que:

La acción didáctica y de difusión debe relacionarse estrechamente con otras áreas del museo como el área de planificación de exposiciones, de marketing o de investigación. En definitiva, no puede constituyese como una área aislada del conjunto de funciones que debe desarrollar el museo.⁷(ANTOLÍ, p. 181. 2007).

O PEM de um museu é essencialmente importante, pois expressa as pretensões do museu com seu público e principalmente mostra as atividades a serem desenvolvidas a fim de conseguir seus objetivos. A construção do PEM deve agregar as diversas áreas e os diversos profissionais da instituição. Antolí nos diz que:

Una de las premisas previas en el momento de determinar los principales puntos que comprenden el PEM es que todos y cada uno de los puntos que en él se especifican deben estar acorde con las directrices básicas establecidas en otros documentos como podrían ser el Proyecto museológico o el Proyecto museográfico, readaptando y reelaborando aquéllas que necesiten de su adecuación y aplicación específica en el ámbito de la acción didáctica. Así pues, la conjunción de los distintos documentos debe ayudar a desarrollar la acción global del museo, concretando, cada uno de ellos, las distintas áreas de acción a las cuales debe cubrir.⁸ (ANTOLÍ, p. 182. 2007).

O PEM servirá para o bom funcionamento das ações educativas previstas, fazendo com que o museu alcance seus objetivos, além de ser um guia para as

⁷ “A ação educativa e de divulgação deve relacionar intimamente com outras áreas do museu e da exposição área de planejamento, marketing ou pesquisa. Em suma, não pode constituir-se como uma área isolada do conjunto de funções que devem desenvolver o museu”. – Tradução Ida Hamoy

⁸ Uma das premissas que deve anteceder a hora de identificar os pontos-chave que compõem o PEM é que todos e cada um dos itens nele previstos devem ser consistentes com as diretrizes básicas estabelecidas em outros documentos, como pode ser o projeto do museu ou museu projeto, reajuste e reformulação aqueles que precisam de adequação e aplicação específica no campo da ação educativa. Assim, a combinação de vários documentos deve ajudar a desenvolver uma ação global do museu, especificando cada um deles, as diferentes áreas de atuação que devem cobrir. – Tradução Ida Hamoy

atividades a serem realizadas pelo museu. Toda ação educativa promovida pelo museu irá refletir diretamente no público que o visita. Se de forma positiva ou negativa? Isso dependerá do bom planejamento e desenvolvimento dessas ações.

As instituições museais deveriam possuir uma missão educativa, que possua uma estrutura organizada com recursos mínimos, onde fosse possível desenvolver ações direcionadas para seus visitantes. O PEM é uma ferramenta muito útil para o bom gerenciamento desses espaços.

Os Museus devem ser vistos como instituições que promovam a cidadania e que valorizem a diversidade cultural. A elaboração e implementação do PEM é capaz de transformar esses espaços em lugares onde se constrói e se compartilha com a sociedade o conhecimento. Deve ampliar o acesso ao patrimônio cultural com ações que facilitem esse acesso, tais como: qualificação das ações de mediação, oferecer projetos que contemplem a diversidade cultural, buscar parcerias com a comunidade, desenvolvendo ações educativas que incentivem a participação e o sentimento de pertencimento da comunidade para com o seu patrimônio cultural, promovendo assim um acesso democrático à cultura.

A Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009 instituiu o Estatuto de Museus que se tornou o instrumento legal para as questões referentes as instituições museais. Vários aspectos importantes são tratados no Estatuto, podemos apontar no capítulo II. , Subseção II que trata *“Do Estudo, da Pesquisa e da Ação Educativa”*, Artigo 29 *“Os museus deverão promover ações educativas, fundamentadas no respeito à diversidade cultural e na participação comunitária, contribuindo para ampliar o acesso da sociedade às manifestações culturais e ao patrimônio material e imaterial da Nação”*. Ainda no mesmo capítulo, Subseção III que trata *“Da Difusão Cultural e Do Acesso aos Museus”*, no Artigo 31 verificamos que *“As ações de comunicação constituem formas de se fazer conhecer os bens culturais incorporados ou depositados no museu, de forma a propiciar o acesso público. Parágrafo único. O museu regulamentará o acesso público aos bens culturais, levando em consideração as condições de conservação e segurança”* (2009).

Todos esses aspectos devem estar previstos para um bom funcionamento do Museu, trata-se de uma questão de adaptação e através do PEM colocar em prática as ações de forma eficaz e continuada, para que haja por parte de toda a

comunidade o acesso aos seus bens culturais. O PEM é um dos documentos chaves para a boa gestão de um museu, colocando em prática juntamente com outros documentos fundamentais a filosofia e a missão básica dessas instituições. Sendo a educação uns dos objetivos básicos de qualquer museu, é neste documento que o museu irá explicitar suas bases para as ações educativas a serem desenvolvidas. As ações educativas são de grande importância dentro de qualquer museu, pois criam um canal de comunicação direta com os visitantes. A partir dessa explanação, veremos os principais pontos e as principais indicações a serem trabalhadas dentro do Projeto Educativo do Museu, os quais estão voltados especificamente para o estudo realizado no Museu de Arte Sacra de Belém.

Os objetivos do PEM devem favorecer a difusão do patrimônio histórico e artístico do MAS, possibilitando a construção de aprendizagens, experiências, vivências, acesso à informação e fruição do espaço e acervo do MAS aos moradores, trabalhadores e estudantes estabelecidos no entorno do museu através de atividades desenvolvidas dentro e fora do espaço museal.

A partir de ações tais como: Identificar os grupos que serão atendidos; organizar as atividades educativas no espaço do MAS e realizar as atividades programadas; se inicia o processo de implantação do PEM, que deve iniciar com as atividades de formação de destinadas aos profissionais que possuem relação direta e indireta com as ações de educação e difusão do museu.

As atividades de formação devem ser destinadas especialmente para as pessoas que lidam com o atendimento direto com o público, inclusive por outros canais de comunicação, como telefone e e-mail se fizer parte da realidade do museu. O primeiro contato e um dos mais importantes que os visitantes têm é com as pessoas da recepção do museu, responsáveis pela venda das entradas e outras informações iniciais, portanto a imagem e a forma de comunicação que essas pessoas estabelecem com o público é de suma importância para a própria imagem do museu. A formação desses profissionais deve ser algo permanente no museu, onde sempre devem ser apresentadas aos visitantes as novas ações e atividades oferecidas pelo museu.

As atividades de formação estendem-se aos diversos grupos de profissionais do museu, inclusive dos profissionais terceirizados. Independente da função que

cada um desenvolva dentro do museu o importante é que existam atividades de formação para todos os setores do museu, onde serão expostos a importância e os objetivos das ações educativas realizadas pelo museu. Isso permitirá um maior conhecimento por parte de todos os profissionais da missão educativa do museu.

Nesse sentido, seria um espaço dedicado aos vários profissionais do museu, servindo inclusive como espaço de sugestões por parte daquelas pessoas que estão sempre em contato direto com os visitantes, como por exemplo, os seguranças e o pessoal responsável pela limpeza do museu.

A apresentação dos conteúdos do museu deve ser feita por meios comunicativos eficazes que serão capazes de atrair a atenção e a emoção do visitante. O PEM deve prever uma formação para mediadores que trabalhe de forma aberta, com adaptações conforme a necessidade de cada visitante. O museu também é responsável pela formação das pessoas, o museu como mediador e estimulador para o crescimento dos sujeitos. O PEM também deve prever uma formação específica para mediadores atenderem a grupos específicos, como os escolares, crianças menores, grupos de terceira idade, pesquisadores e pessoas com deficiência. Grupos específicos necessitam também de mediadores especializados que possam atender esses visitantes. Nesse sentido, o PEM deverá regular a formação específica para os educadores ou pessoas responsáveis por esta função no museu.

A formação de mediadores dentro dos museus deve ser pensada de forma que o aprendizado seja sempre uma troca entre as pessoas, daí a importância da mediação cultural dentro dessas instituições, de modo que o mediador deva ser apenas um estimulador e provocador para aqueles que visitam o museu e jamais um formador de verdades absolutas, a experiência da troca é o que realmente dá sentido a mediação dentro dos museus, quando o visitante está livre para formar suas próprias ideias a respeito daquele lugar e das obras que ele abriga.

Os serviços educativos do MAS são bastante utilizados por professores da rede pública e privada, que levam grupos escolares ao museu. O PEM também deve prever uma formação para esses profissionais, de modo a desenvolver projetos onde os professores e outros profissionais da educação possam participar de forma ativa das ideias e dos objetivos fundamentais das ações educativas do museu,

passando a conhecer as atividades desenvolvidas e os materiais didáticos utilizados. Dessa forma, ocorrendo uma troca em benefício das duas instituições educacionais, museu e escola.

Nesta etapa deve-se priorizar a elaboração dos materiais, recursos e atividades a serem utilizados e desenvolvidos nas ações educativas do museu. Tais como: trabalhar de maneira conjunta com os profissionais responsáveis pela concepção, design e montagem das exposições; concepção e implementação de atividades educativas e materiais e de difusão das atividades educativas do museu.

É importante que o museu possua variedade no que diz respeito às atividades e aos materiais didáticos, que possam dar conta dos diferentes interesses e necessidades manifestados pelos visitantes. De modo geral, o material didático servirá como um recurso a ser utilizado para desenvolver determinadas ações educativas dentro e fora do museu, direcionados tanto para o público geral quanto para o público específico (escolas e professores), deve ser utilizado com o objetivo de complementar, ampliar e aprofundar a própria exposição. Desse modo, podemos considerar como material didático não somente recursos específicos expositivos (módulos, painéis, maquetes, etc.), mas materiais que venham a aprofundar o conteúdo que se expõe. São instrumentos através dos quais se consiga gerar uma melhor comunicação e compreensão da mensagem expositiva, alcançando assim todos os públicos. Os mais utilizados são folhetos, catálogos, postais, material áudio visual, material multimídia, publicações específicas. Existem também materiais específicos para professores como fichas didáticas, guias didáticos, projetos didáticos, kits didáticos, entre outros.

No momento da elaboração do material didático alguns pontos devem ser considerados, são pontos chaves no que diz respeito à concepção didática implícita no material: em relação ao conteúdo, aos objetivos didáticos, as características físicas e em relação ao caráter psicopedagógico e metodológico.

As visitas mediadas é um dos pontos chaves do setor educativo de qualquer museu, é uma das principais ações desenvolvidas pelo setor educativo, pois tem o objetivo de conduzir e orientar os visitantes acerca da mensagem expositiva. As visitas devem sempre ser pensadas no intuito de estabelecer um dialogo com o visitante, onde se possa compartilhar conhecimentos e pontos de vista entre

mediadores e visitantes. Todas as visitas mediadas devem ter os seguintes objetivos: a transmissão e o intercâmbio de conceitos e ideias; a mudança de ideias anteriores e respeito às ideias e conceitos trazidos pelos visitantes; focar a atenção; abordar os detalhes observados; despertar o interesse e a curiosidade dos visitantes.

Um dos principais elementos a ser levado em consideração dentro do PEM é definir para quem ou para que as ações de educação e de difusão do museu serão direcionadas. Trata-se de definir como as atividades educativas serão conduzidas com determinado público, adaptando as propostas aos mais variados tipos de visitantes. Para isso é de extrema importância conhecer os grupos que frequentam o museu, seus principais interesses e motivações. Deste modo é necessário estabelecer uma relação entre as atividades educacionais do museu e os visitantes. Dessa forma é de suma importância a realização de estudo de públicos.

O PEM deve elaborar atividades em períodos específicos, direcionadas a públicos específicos, como jovens, crianças, idosos, grupos familiares. Deve ser considerada a demanda dos grupos relacionados com várias épocas do ano.

Um dos principais aspectos a ser definido no PEM são quais estratégias e ferramentas serão utilizadas para as ações educativas sejam desenvolvidas da maneira mais eficaz possível. Esta é uma área do PEM a ser pensada e trabalhada de forma dinâmica e aberta, elaborando sempre novas propostas, além da utilização de novos materiais. O PEM deverá indicar as atividades que serão selecionadas para cada exposição ou eventos paralelos, bem como que materiais serão utilizados nas mesmas.

Os recursos disponíveis que serão necessários para um bom desenvolvimento das ações educativas devem ser previsto no PEM. De modo geral os museus possuem limitações quando se trata de recursos tanto econômicos quanto de pessoal. Por tanto o PEM deverá prever os recursos mínimos e máximos com os quais as ações educativas poderão ser desenvolvidas. Isso foi uma amostra de como deve ser pensado o Projeto Educativo de um Museu. Lembro que o projeto Ex Ducere ainda está em andamento trabalhando na criação efetiva do PEM do MAS.

De tudo que foi dito sobre educação em museus, acredito que o principal é entender a educação nesse espaço não formal como um sistema aberto, usando a teoria de Gilles Deleuze e Félix Guattari devemos pensar a educação em museus

como um rizoma, ou seja, as entradas devem ser múltiplas e sempre abertas a novas conexões.

Um rizoma não começa nem conclui, ele se encontra sempre no meio, entre as coisas, inter-se, intermezzo. A árvore é filiação, mas o rizoma é aliança, unicamente aliança. A árvore impõe o verbo “ser”, mas o rizoma tem como tecido a conjunção “e...e...e”. Há nesta conjunção força suficiente para sacudir e desenraizar o verbo ser. Entre as coisas não designa uma correlação localizável que vai de uma para a outra e reciprocamente, mas uma direção perpendicular, um movimento transversal que as carrega uma e outra, riacho sem início nem fim, que rói suas duas margens e adquire velocidade no meio. (DELEUZE e GUATTARI, p.48-49. 1995).

O museu deve ser um mediador e essa mediação deve ser construída de modo com que os visitantes possam vir a reconstruir significados. Entender a educação como um rizoma é operar de forma heterogênea, assim devem ser pensadas as ações educativas do museu, seguindo a lógica rizomática, ou seja: conexão, heterogeneidade, multiplicidade e ruptura, a lógica rizomática não estabelece começo nem fim para o conhecimento, o conhecimento se estabelece de forma independente. Dessa forma, o rizoma inclui e faz oposição a verdades únicas e impostas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS - O MUSEU COMO SÍMBOLO

Antes de tudo gostaria de demonstrar como os museus são instituições simbólicas e carregadas de significados desde sua origem. A palavra museu provém da palavra musas que na mitologia grega teria vários significados, tais como: contemplação, trágico, poesia, música, história. Os museus inicialmente começaram com os gabinetes de curiosidade que guardavam objetos diversos, porém nem todos tinham acesso, esse acesso era restrito a elite. E atualmente será que o museu deixou o seu caráter elitista, será que podemos dizer que o museu está aberto para todos?

Como podemos perceber desde sua origem os museus se apresentam com o poder simbólico bastante relevante para os indivíduos, agindo diretamente na imaginação dos mesmos. O museu como símbolo é um instrumento de guarda da história da humanidade. Como já foi visto ao longo da pesquisa o museu deve ser entendido como um meio social que tem por finalidade apresentar as formas culturais de um povo, de modo que essa apresentação deva contemplar a diversidade.

O grande desafio é como tornar esse patrimônio acessível a todos. Para tanto é preciso que haja um conjunto de ações direcionadas para esse aspecto. Essas ações devem sair do campo da teoria e é preciso que existam políticas que facilitem o desenvolvimento de tais ações. O reconhecimento desse patrimônio é a ponte de ligação para que se possam estabelecer as relações entre o museu e seus possíveis visitantes. O museu deve ser visto como um espelho onde as pessoas se vejam refletidas e se reconheçam. É dessa construção que depende o fortalecimento dos laços.

Para tanto é preciso ir além do desenvolvimento das ações educativas, é preciso e é essencial que tais ações sejam pensadas de modo que a comunidade participe ativamente na construção simbólica do museu como seu patrimônio. O patrimônio de uma sociedade é algo extremamente importante para a vida social de um grupo. Os museus e seu patrimônio devem ser símbolos de representatividade de uma comunidade e acima de tudo, os museus devem ser agentes transformadores dessa comunidade. O patrimônio como construtor e transformador dos sujeitos.

A partir desse pensamento e de tudo que já foi analisado até aqui, é possível buscar entender como o museu se apresenta para a sua comunidade, que espécie de simbolismo está presente nesses lugares de memória. Seguimos a partir do pensamento de Bourdieu que nos fala sobre o poder simbólico, nesse sentido o museu deve ser algo pertencente à realidade da comunidade no qual o mesmo está inserido, fazendo sentido e tendo um simbolismo para essa comunidade.

O museu dever exercer esse papel comunicacional e transformador, que tenha por finalidade a construção de um pensamento que possa integrar as pessoas socialmente. O grande problema é que as pessoas que participaram da pesquisa

feita no entorno do museu não enxergam o museu como um símbolo, não existe uma atribuição de significados a essa instituição, elas apenas são representações. Diante disso busquei analisar essa relação pensando a semiótica e os museus.

Abordar o museu como símbolo pode significar abrir um leque de possibilidades para as práticas museais. Trabalhar a semiótica nos museus é entender os símbolos desse museu e todo o processo que o envolve. Na semiótica todo signo possui uma relação simbólica, dessa forma, depois de analisar todos os dados da pesquisa busquei entender essa lógica dentro do museu. É no espaço do museu que devem aparecer os significados e as interpretações, essa descoberta deve ser livre de imposições, cada sujeito deve atribuir os seus significados a alguma coisa, para que assim se estabeleça a relação com o patrimônio. Existe portanto uma transformação, e isso deve ser absorvido de forma espontânea, tornando-se parte do mundo simbólico dos sujeitos.

De acordo com o que vimos até aqui, o museu pode ser visto em três vertentes: o ícone, o índice e o símbolo. É com essas três representações que procurei entender a relação que o público do entorno tem com o Museu de Arte Sacra de Belém, pois como já foi mostrado esses sujeitos não visitam o MAS. O ícone seria algo representativo, mas que não possui um significado para o indivíduo; o índice é o que indica um evento através de convenções e códigos e o símbolo seria a representação completa, como uma espécie de lei. Essas definições resultariam em um esquema formando a seguinte relação:

Coisa  atributo  significado

Podemos dizer que o museu é um ícone de estatus social e econômico, portanto a pergunta é onde se deve agir? A pesquisa realizada com os moradores e trabalhadores do entorno mostra que 96% dos entrevistados respondeu que o museu traz algum benefício para a sociedade, no entanto 55% dessas mesmas pessoas nunca visitou o MAS, 52% visita menos de uma vez ao ano museus de modo geral e 23% nunca visitou nenhum tipo de museu.

A partir dessa perspectiva compreendo que o museu para essas pessoas não passa de um ícone, tendo uma representatividade mas que não possui significado, fazendo com que esses indivíduos não sintam necessidade de estarem nesses lugares.

Acredito que esse seja um trabalho de convencimento e o museu deve agir como mediador nesse processo, oferecendo ações que saiam do símbolo, pois os museus de modo geral trabalham nessa frente, ou seja, a representação completa, quando deveriam trabalhar no índice, pois é nesta etapa que os indivíduos atribuem os seus significados e o valor simbólico que determinadas coisas tem para os mesmos.

Os museus são um patrimônio da sociedade e esse patrimônio depende de reconhecimento, é preciso inserir as pessoas nesse contexto, para que assim seja possível atribuir os significados pelos fatos vividos por elas, de modo que esses significados serão múltiplos, pois assim são as realidades das pessoas, e isso é bom, pois é a multiplicidade que torna mais rico o conhecimento.

É preciso tornar os museus acessíveis, não me refiro somente à parte física do museu que quando não dispõe dessa acessibilidade também acaba por restringir o seu público. Refiro-me principalmente as ações educativas que devem atingir a comunidade na qual o museu está inserido e principalmente devem ser contínuas, promovendo assim a acessibilidade cultural. O museu deve servir de estímulo e de provocador nesse processo de crescimento e transformação dos sujeitos.

Escutar a comunidade, saber o que esperam do museu, que atividades seriam de seus interesses. Abrir as portas do museu, esta é uma forma de estabelecer laços entre o museu, como território de mediação entre o saber acadêmico museológico e a comunidade.

Depois da discussão do museu como símbolo volto aos objetivos principais e tento responder as questões que nortearam o trabalho: para quem estão sendo feitos os museus? Quem são? O que fazer? Como? Para quem? Porque as pessoas não vão ao museu? Os museus ainda são elitistas? Além disso, busquei conhecer o perfil dos visitantes do MAS, para que as ações educativas sejam desenvolvidas de forma direcionada para cada público.

Primeiramente cheguei a mesma conclusão que os estudos realizados por Bourdieu nos museus da Europa, quem frequenta os museus são as pessoas de nível de instrução mais elevado, isso foi comprovado através dos dados da pesquisa feita com o público real do museu. Essa questão me faz responder outra pergunta, por mais que não queiramos admitir os museus continuam sendo vistos como templos, frequentados pelas elites, no seu sentido econômico e intelectual. As pessoas que não estão nesse grupo enxergam o museu exatamente assim, como um lugar onde elas não podem entrar, ou porque não possuem um nível de instrução mais elevado ou por acharem que não tem condições financeiras para entrar nesses “templos”, isso reforça a ideia de que os museus não foram feitos para elas, e enquanto os laços museu e comunidade não forem criados essa ideia persistirá. Infelizmente os museus tradicionais ainda estão sendo vistos assim, talvez pelo próprio contexto de sua criação. Esse é o grande fator que afasta as pessoas do museu. O que deve ser feito talvez já tenha sido repetido algumas vezes no decorrer do trabalho. Isso mostra que as ações educativas do museu exercem influencia direta no numero e na tipologia de visitantes do museu. As ações precisam ser direcionadas para o público potencial que não participa nem vive a realidade do museu. Quem faz a significação ou atribui algo a alguma coisa são os sujeitos individualmente, as pessoas que não vivem a realidade do museu não se sentem contempladas com o que está dentro do museu, ou seja, o museu não faz parte do seu mundo simbólico. O MAS é o museu mais visitado do Sistema Integrado de Museus de Belém (SIM), tem um público potencial muito grande, porém este público não visita o museu como mostrou a pesquisa, é preciso que as ações educativas alcancem esse público, trazendo as pessoas para o museu. Acredito nesse momento, que o que falta nos museus, principalmente de nossa região são pessoas, o público, pois um museu sem público nem precisa existir. Parafraseando Deleuze chego ao final desse trabalho acreditando que o museu sem pessoas é um corpo sem órgãos, não funciona.

REFERÊNCIAS:

- ALMEIDA, Adriana M. **O contexto do visitante na experiência museal: semelhanças e diferenças**. São Paulo. 2005.
- ANTOLÍ, Núria **Serrat. Acciones Didácticas y de difusión en Museos y centros de interpretación**. Museografía didáctica. Joan Santacana Mestre e Núria Serrat Antolí (coordenadores). Barcelona: Editora Ariel, 2007.
- BABBIE, Earl. **Métodos de pesquisas de Survey**. Trad. De Guilherme Cezarino. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.
- BOURDIER, Pierre; DARBEL, Alain. **O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo; Porto Alegre: Zouk, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro. 1989.
- BRASIL, Leis, Decretos. **Lei nº 11.904** de 14.01.2009. Institui o Estatuto de Museus e dá outras providências. Brasília – DF: DOU de 15.1.2009.

BRITTO, Rosangela Marques de. **A invenção do Patrimônio Histórico musealizado no bairro da Cidade Velha de Belém do Pará, 1994-2008.** 2009.

CADERNO de diretrizes museológicas. Ministério da cultura. Brasília. 2006.

CARVALHO, José Paes de Carvalho. Relatório apresentado pelo Director do Museu Paraense ao Sr. Dr. Lauro Sodré, Governador do Estado do Pará. **Boletim do Museu Paraense de História Natural e Etnografia.** Belém: Typographia de Alfredo & C. Pará, p-217-239, 1895

CARVALHO, Rosane Maria Rocha de. **As transformações da relação museu e público: a influência das tecnologias da informação e comunicação no desenvolvimento de um público virtual /** Rosane Maria Rocha de Carvalho. Rio de Janeiro, 2005. **Virginia Garde López**

CHAGAS, Mário de Souza et al. **Imagens do museu: percepção de estudantes do 6º ao 9º ano de ensino fundamental do Estado do Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro. 2009.

CORREIA, C.M.C. **Fundamentos da Semiótica Peirceana.** Rio de Janeiro. 2008.

CURY, Marília Xavier. **Exposição: concepção, montagem, avaliação.** São Paulo. 2006.

_____. **O sujeito do museu.** In: Revista Musas. Rio de Janeiro, nº 4, 2009.

DELEUZE, Gilles, GUATTARI, Félix. **Mil Platôs - Capitalismo e Esquizofrenia, vol. 1.** Rio de Janeiro. 1995.

FARJALLA, Diana Correia. **Museu, Poder Simbólico e Diversidade Cultural: Museologia e Patrimônio.** Rio de Janeiro. 2010.

FONSECA, Maria Cecilia Londres. **Para Além da Pedra e do Cal.** Memória e Patrimônio: ensaios contemporâneos/ Regina Abreu e Mário Chagas (orgs.). 2 ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009.

FREIRE, Paulo. **Educação e Mudança.** São Paulo. 1979.

_____. **Educação como Prática da Liberdade.** Rio de Janeiro. 1989.

_____. **Pedagogia do Oprimido.** São Paulo. 1986.

_____. **Política e Educação.** São Paulo. 1993.

GALLO, Silvio. **Deleuze e a educação.** 2008.

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. **O patrimônio como categoria de pensamento.** Memória e Patrimônio: ensaios contemporâneos/ Regina Abreu e Mário Chagas (orgs.). 2 ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009.

- GUEDES, Angela.Cardoso. **Compreendendo o público de museu a partir de Bourdier**. Rio de Janeiro 2009.
- HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. Sao Paulo: Centauro, 2004.
- HORTA, Maria de Lourdes Parreira. *et alli*. **Guia Básico de Educação Patrimonial**. Brasília. 1999.
- HORTA, Maria de Lourdes Parreiras. **Semiótica e Museus**. Cadernos de ensaios nº2: estudos museológicos. Rio de Janeiro. 1994.
- IBGE. **Censo demográfico: 2010**. Rio de Janeiro: IBGE. Disponível em: <<http://sidra.ibge.gov.br/cd/cd2010rpv.asp?o=4&i=P>>. Acesso em: fev. 2012.
- ICOM/UNESCO. **Carta de Santiago do Chile**. Santiago: ICOM, 1972. Disponível em <http://www.revistamuseu.com.br/legislacao/museologia/mesa_chile.htm> Acesso em 04/05/2012.
- LE GOFF, Jacques. **Historia e memoria**. São Paulo. 1990
- LOPEZ. Virginia Garde. Et al. **Intereses y Actitudes Hacia la Investigación del Público en Museos Estatales: Informe de resultados del Panel de Expertos**. Madri (2008). Disponível em: http://www.mcu.es/museos/docs/MC/Laboratorio/Informe_panel_delphi_modificado.pdf Acesso em 04/05/2012
- LOURENÇO, Maria Cecilia França. **Museus acolhem o moderno**. São Paulo. 1999.
- MACELLIM, Alan Delazeri. **A comunidade: da sociologia clássica à sociologia contemporânea**. São Paulo. 2011.
- MARADINO. Martha. Et al. **A Abordagem Qualitativa Nas Pesquisas Em Educação Em Museus**. Florianópolis. 2009.
- MARTINS, Mirian Celeste, PICOSQUE, Gisa, GUERRA, M. Terezinha Telles. **Teoria e Prática do Ensino da Arte: A Lingua do Mundo**. São Paulo. 2010.
- MARTINS, Mirian Celeste. **Mediação cultural para professores andarilhos na cultura**. São Paulo. 2012.
- MESTRE, Joan Santacana, ANTOLÍ, NuriaSerrat (coords.). **Museografia didáctica**. Barcelona: Editora Ariel, 2007.
- MESTRE, Joan Santacana, CARDONA, Francesca Xavier Hernández. **Museología crítica**. Gijón: Ed. Trea, 2006.
- MINISTÉRIO DA CULTURA, INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. **Plano Nacional Setorial de Museus 2010/2020**. Brasília, DF: MinC/Ibram, 2010.

_____. INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL, Departamento De Museus E Centros Culturais. **Política Nacional de Museus – Memória e Cidadania**. Brasília, 2003.

_____. INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL, DEPARTAMENTO DE MUSEUS E CENTROS CULTURAIS. **Política Nacional de Museus – Memória e Cidadania**. Brasília, 2003.

MOREIRA, João de Matos. **Uma reflexão sobre o conceito de público nos museus locais**. Rio de Janeiro. 2007.

PACHECO, Ricardo de Aguiar. **Educação, memória e patrimônio: Ações educativas em museu e o ensino da história**. 2010.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. São Paulo. 1995.

POLLACK, Michael **Memória coletiva**. Estudos Históricas, vol. 05, nº 10. Rio de Janeiro: 1992.

RANCIÈRE, Jacques. **O espectador emancipado**. 2008.

RICO, Juan Carlos. **Por qué no vienen a los museos? História de um Fracasso**. Espanha. 2002.

STUDART, Denise et al. **Pesquisa de público no museu da vida e outros museus de ciência no Rio de Janeiro: quem são seus visitantes**. Rio de Janeiro. 2007.

VOLPATO, Gilson Luiz. **Estatística sem dor!!!** Botucatu: Best Writing, 2011.

Relatório apresentado pelo Director do Museu Paraense ao Sr. Dr. Lauro Sodré, Governador do Estado do Pará. **Boletim do Museu Paraense de História Natural e Etnográfica**, Belém, 1895.

Pará. Secretaria Executiva de Cultura do Estado. Feliz Lusitânia/Museu de Arte Sacra, Belém: Secult, 2005 (série Restauro, v.3).

Sites:

<http://pnem.museus.gov.br/forums/topic/estudo-de-publico-e-nao-publico/>.

<http://xumucuis.wordpress.com/2010/10/01/museu-de-arte-sacra-do-para/>

<http://www.revistamuseu.com.br/legislacao/museologia/eticaicom.htm>

<http://www.censo2010.ibge.gov.br/>

<http://icom.museum/>

<http://mondobelem.wordpress.com/2008/12/03/museu-paraense-emilio-goeldi/>.

Acessado em 08/08/13.

<http://mondobelem.wordpress.com/2008/12/03/museu-paraense-emilio-goeldi/#jp-carousel-733>. Acessado em 08/08/13

<http://marte.museu-goeldi.br/arqueologia/reserva.html>. Acessado em 08/08/13.

<http://www.meiadoisnove.com.br/wordpress/author/meiadoisnove/>. Acessado em 08/08/13.

http://www.jesuitasbrasil.com/jst/conteudo/visualiza_lo12.php?pag=:portaljesuitas;paginas;visualiza_lo12&cod=2576&secao=256. Acessado em 08/08/13.

<http://mondobelem.wordpress.com/2008/12/03/museu-de-arte-sacra/>. Acessado em 08/08/13.

APÊNDICE



Apêndice I: Questionário aplicado com o público real



Olá! Estamos realizando um estudo de público presente nas atividades do Museu de Arte Sacra de Belém, e solicitamos alguns minutos de sua visita para responder algumas questões. Serão realizadas análises estatísticas de forma anônima. Se desejar receber informações sobre as atividades do Museu, peça o formulário de cadastro. Muito Obrigado pela sua participação!

Evento: _____

Data: ____/____/____

SÓCIO DEMOGRÁFICO

a.1 Sexo

Masculino

Feminino

a.2 Idade

Anos

a.3 Lugar de residência

Localidade: _____

a.4 Formação

Fundamental incompleto	
Fundamental Completo	
Médio incompleto	
Médio completo	
Graduação incompleta	
Graduado	
Pós-Graduação (Esp. /MSc./Dr.)	

b.3 Com que frequência você visita museus?

Várias vezes ao mês	
Uma vez ao mês	
Várias vezes ao ano	
Menos de 1 vez ao ano	
Não costumo visitar	

b.4 De que maneira tomou conhecimento deste evento?

Através de jornais	
Através de email	
Através de redes sociais	
Através de um amigo	
Participo sempre das atividades	

PARTICIPAÇÃO

b.1 Quantas vezes você já participou de eventos neste Museu, incluindo este?

Uma, esta é a 1ª.	
Duas	
Três	
Quatro	
Cinco ou mais	

b.2 Sem contar com esta visita, Quando foi a última vez que visitou este Museu?

Há 1 mês	
Entre 2 e 3 meses	
Entre 4 e 6 meses	
Entre 6 meses a 1 ano	
Mais de 1 ano	

ACESSO E PROGRAMAÇÃO VISUAL

c.1 Em relação ao acesso ao museu:

Bem sinalizado	
Sinalização insatisfatória	
Fácil estacionamento	
Acesso fácil em transporte coletivo	

c.2 Em relação à sinalização interna do museu:

Bem sinalizado	
Sinalização insatisfatória	
Percurso sinalizado	

EVENTO

d.1 Em relação ao evento, que conceito você atribui no geral:

Excelente	
Bom	
Regular	
Insatisfatório	
Ruim	

d.2 Qual o melhor horário para a realização de atividades no museu? Pode marcar mais de uma opção

Manhã	
Tarde	
Noite	
Dias úteis	
Fim de semana	

d.3 Que outras atividades você gostaria de participar no museu?

Visitas mediadas	
Atelier para Famílias	
Contação de História	
Palestras	
Música no Museu	

d.4 Atribua uma nota de 0 - 10 aos seguintes quesitos:

Organização	
Divulgação	
Material apresentado	
Metodologia	
Visita à Exposição	
Horário	
Pontualidade	
Pessoal de Apoio	
Receptividade	
Estrutura física	
Acessibilidade	
Evento em Geral	

d.5 Você voltaria a participar de outra atividade no Museu?

SIM NÃO **CRÍTICAS E SUGESTÕES**

Muito Obrigado por sua participação!

Apêndice II: Questionário aplicado com o público potencial:



Endereço do entrevistado: _____

Nome do entrevistador: _____

Data: ____/____/____

SÓCIO DEMOGRÁFICO

a.1 Sexo

Masculino Feminino

a.2 Idade

--	--

a.3 Profissão: _____

a.4 Lugar de residência

Localidade: _____

a.5 Formação

Fundamental incompleto	
Fundamental Completo	
Médio incompleto	
Médio completo	
Graduação incompleta	
Graduado	
Pós-Graduação (Esp. /MSc./Dr.)	

a.6 qual sua renda mensal? (valor do salário mínimo é R\$ 622,00)

Menos de um salário mínimo	
Um salário mínimo	
Mais de um e menos de três	
Entre três e cinco salários	
Mais de cinco salários	
Não sabe/não respondeu	

RELACIONAMENTO

b.1 Quantas vezes você já visitou o Museu de Arte Sacra?

Uma	
Duas	
Três	
Quatro	
Cinco ou mais	
Nunca visitei	

b.2 alguma vez você tomou conhecimento sobre algum evento realizado no Museu de Arte Sacra?

Sim	
Não	

b.3 De que maneira tomou conhecimento deste evento?

Através de jornais	
Através de e-mail	
Através de redes sociais	
Através de um amigo	
Participo sempre das atividades	

b.4 Com que frequência você visita Museus?

Varias vezes ao mês	
Uma vez ao mês	

Varias vezes ao ano	
Menos de 1 vez ao ano	
Nunca visitei	

b.5 Que fatores impedem que você visite o museu?

Acessibilidade	
Falta de informação	
Falta de identificação	
Falta de tempo	
Outros:	

b.6 Você acha que o Museu traz algum tipo de benefício para a sociedade?

Sim	
Não	

b.7 Que benefícios os Museus podem trazer para a sociedade?

Aumento do conhecimento	
Diversão	
Provocar reflexões	
Compartilhar o patrimônio cultural	
Outros:	

b.8 Que atividades você gostaria de participar no museu?

Visitas mediadas	
Atelier para Famílias	
Contação de História	
Palestras	
Música no Museu	
Outros:	

ACESSO E PROGRAMAÇÃO VISUAL

c.1 Em relação ao acesso ao museu:

Bem sinalizado	
Sinalização insatisfatória	
Fácil estacionamento	
Acesso fácil em transporte coletivo	

c.2 Em relação à sinalização interna do museu: (esta pergunta só deve ser respondida por aqueles que já visitaram o museu)

Bem sinalizado	
Sinalização insatisfatória	
Percurso sinalizado	

c.3 Que tipo de Museus já visitou ou gostaria de visitar?

História	
Ciência	
Arte	
Outros:	