

*O acesso ao material
Bibliográfico está
disponível apenas para
consulta local.*

NOTA SOBRE O FUNCIONAMENTO DO CENEDOM

Devido à nova reestruturação do Cenedom, o espaço para estudo ficará temporariamente fechado e as consultas ao acervo poderão ser feitas mediante agendamento.

TELEFONE PARA AGENDAMENTO:
RAQUEL – RAMAL 4318
SUELEN – RAMAL 4302

Dúvidas ou sugestões, envie um email para cenedom@museus.gov.br

novidades • destaques • conheça +

Boletim Bibliográfico



Centro Nacional de
Estudos e Documentação
da Museologia



Nº 43/ Fevereiro 2016

ESTUDOS DE PÚBLICO DE MUSEUS

O assunto “público de museus” impulsiona estudos em diversos temas: serviços, *marketing*, educação, pesquisa, difusão, aprendizado, comunicação, entre outros. Assim como existem várias leituras sobre o mesmo ponto de interesse – o público –, também não esgotaremos as possibilidades de tratamento sobre o tema deste Boletim: Estudos de Público de Museus.

Embora este assunto tenha sido tratado anteriormente no Boletim nº 31 (fev.2015), as perspectivas de abordagem são distintas, sugerindo ser este um assunto inesgotável.

Como similaridade, os dois Boletins divulgam o [Formulário de Visitação Anual \(FVA\)](#). Relativo a público, este levantamento sobre o quantitativo de visitas anuais dos museus brasileiros teve em sua primeira aplicação, realizada em 2015, a participação de 883 instituições. Seus resultados retratam um pouco da dinâmica dos números quanto às visitas ocorridas no ano de 2014. Recentemente foi iniciada mais uma edição, com preenchimento de 1º de fevereiro a 29 de abril.

A fim de contribuir para os debates sobre “público de museus”, sugerimos algumas bibliografias visando estimular os levantamentos realizados pelos museus, consolidando o aprimoramento e a melhoria da prestação dos seus serviços. Esperamos, a partir dessas leituras, colaborar de forma subsidiária para a implementação de uma qualificação progressiva das informações que a contagem de público fornece.

Boa leitura!

DESTAQUE

RESULTADOS FVA 2014

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. **Resultados FVA 2014**. Brasília, 2015. Disponível em: <http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2016/01/RESULTADOS-FVA-2014.pdf>.

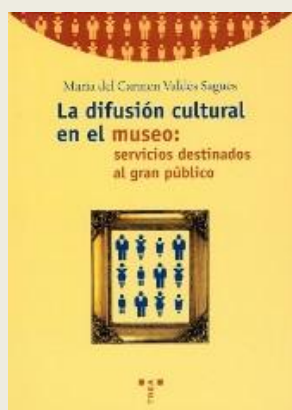


Lançado em 2015, o Formulário de Visitação Anual (FVA) é uma ferramenta desenvolvida pelo Instituto Brasileiro de Museus (Ibram) para os museus informarem seu quantitativo de visitação anual de forma padronizada e organizada, conforme previsto na Lei 11.904/2009, em seu artigo 36, e no Decreto nº 8.124/2013, no artigo 4º, inciso VIII. Ressalta-se que o FVA trabalha por adesão, conferindo uma dimensão educativa ao Formulário. Isso significa dizer que a contagem de visitação é um dado de conhecimento proveitoso para o melhoramento progressivo da qualidade do funcionamento dos museus. O resultado da primeira aplicação do FVA, a respeito da visitação em 2014, mostra que a maioria dos museus respondentes conta seu público, e que a soma total das visitas a essas instituições chega a quase 25 milhões. Entre outras informações, vale conferir o documento para conhecer outros detalhes que os números revelam, podendo ser também observada a distribuição dos quantitativos por regiões e por unidades federativas. Clique e saiba mais sobre esse instrumento: <http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2016/01/RESULTADOS-FVA-2014.pdf>.

CONHEÇA +

LA DIFUSIÓN CULTURAL EN EL MUSEO

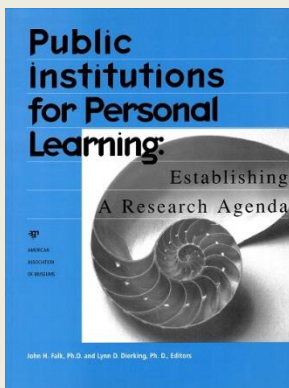
VALDÉS SAGÜÉS, María del Carmen. **La difusión cultural en el museo: servicios destinados al gran público**. Gijón: TREA, 1999. (Biblioteconomía y administración cultural, 31).



Tese de doutorado da autora, apresentada na Universidade de Navarra, Espanha, o livro parte do pressuposto de que o museu é, em si, um serviço público. Trata do inegável potencial educativo do museu e da ampliação da forma de entender educação dentro da instituição; descreve uma linha evolutiva do museu e de suas funções em relação à atenção dada ao visitante, deslocando o protagonismo do público escolar e oferecendo lugar de destaque a outros grupos da sociedade nas ações educativas da instituição. Denota, portanto, interesse na relação do museu com o grande público e nas atividades de educação, de difusão e de comunicação como funções básicas do museu, para além da perspectiva direcionada ao público escolar, com suas dimensões pedagógicas e didáticas. Relaciona o museu com o mundo da educação e da comunicação, suas funções e objetivos, buscando o espaço que os serviços ocupam dentro da instituição. Para tanto, discorre sobre o conhecimento que a instituição tem (ou deve ter) de si mesma e da sociedade que utiliza seus serviços, sociedade sem a qual o museu perderia sua razão de existir. Este conhecimento muitas vezes advém justamente da realização de estudos de público. Assim, esses estudos, em caráter qualitativo e quantitativo, cumprem a função de promover o aprimoramento dos serviços prestados na medida em que diagnosticam e apontam para soluções de problemas e possibilidades de melhoria da experiência que o público tem com o museu.

PUBLIC INSTITUTIONS FOR PERSONAL LEARNING

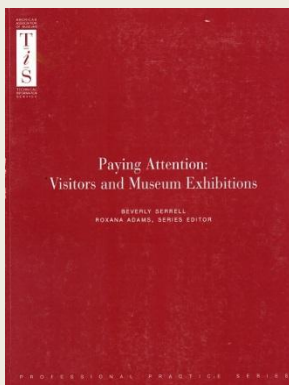
FALK, John H.; DIERKING Lynn D (Ed.). **Public institutions for personal learning: establishing a research agenda.** Washington: American Association of Museums, 1995.



A publicação tem como objetivos entender e subsidiar os profissionais de museus com conhecimentos e habilidades necessários para o exame cotidiano de suas práticas e padrões de trabalho. Está dividida em duas partes, sendo a primeira dedicada a explorar “como” e “o que” as pessoas aprendem nos museus, apoiando-se em relatos, discussões e artigos de uma conferência da *National Science Foundation*, ocorrida em 1994, em Annapolis, Maryland (USA). Em sua segunda parte, apresenta artigos acadêmicos que fornecem bases para grupos de discussão. De maneira geral, a publicação identifica estratégias para determinar a extensão e o conteúdo da aprendizagem dentro dos museus e a experiência do visitante. Em suas análises e apontamentos, leva em conta conhecimentos e experiências anteriores dos visitantes; a frequência como fator que reforça experiências; a motivação e as atitudes durante as visitas; a cultura e o histórico do indivíduo em relação aos museus; a mediação social; a concepção e a representação das exposições; e o ambiente físico. Tanto para iniciantes quanto para experientes em pesquisas de público, a leitura é recomendada.

PAYING ATTENTION: VISITORS AND MUSEUM EXHIBITIONS

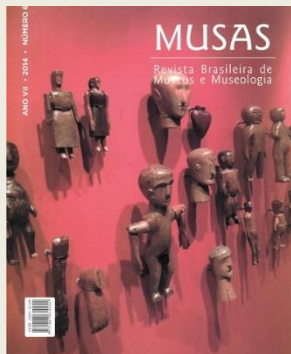
SERREL, Beverly. **Paying attention: visitors and museum exhibitions.** Washington: American Association of Museums, 1998. (Professional Practice Series).



Representando a maior pesquisa em múltiplos museus até à data, este relatório contém os métodos, resultados e implicações de um estudo sobre o comportamento do visitante em exposições educativas. Ele apresenta um método para avaliar o impacto de exposições, examinando a quantidade de tempo que os visitantes gastam em exposições e em que eles prestam atenção. Assim, a publicação traz o banco de dados da investigação realizada em 108 exposições, e estabelece índices numéricos que refletem os padrões de uso dos visitantes dessas exposições. Estes índices podem ser usados para comparar as exposições entre si, ou para comparar a exposição em relação às circunstâncias. Em suas conclusões, são apresentados os padrões de comportamento encontrados em muitos dos locais pesquisados, como: (1) os visitantes geralmente gastam menos de 20 minutos em exposições, independentemente do tema ou tamanho; (2) a maioria dos visitantes não é de "visitantes diligentes" – aqueles que param em mais da metade dos elementos disponíveis; (3) em média, as exposições são visitadas a uma velocidade de 18 a 38 metros quadrados por minuto; e (4) os visitantes geralmente gastam menos tempo por unidade de área em exposições maiores do que em exposições menores. Os dois índices construídos e apresentados na publicação (SRI e % DV) podem ser medidas úteis para diagnosticar e melhorar a eficácia das exposições. E um estudo mais aprofundado poderia ainda ajudar a identificar o que caracteriza uma exposição como sendo “de sucesso”.

A RELEVÂNCIA DAS PRÁTICAS AVALIATIVAS NA ROTINA DOS MUSEUS

FIGURELLI, Gabriela Ramos. A relevância das práticas avaliativas na rotina dos museus. **MUSAS**: Revista Brasileira de Museus e Museologia, Brasília, v. 7, n. 6, p. 134-145, jan. 2014.



O artigo contextualiza historicamente a avaliação em museus, apresentando informações que a caracterizam, discutindo a importância desta prática no cotidiano das instituições. Busca enfatizar a relevância de se pensar instrumentos, critérios e indicadores de avaliação para as ações museológicas. Como colocado pela autora, “avaliar” é ação intrínseca de qualquer planejamento. Ao menos deveria ser. Pois a avaliação como prática de averiguação, de mensuração, de apreciação, de crítica e de análise, consiste na construção de conhecimentos a partir das ações em questão. Seja de que dimensão, prazo ou abrangência for, qualquer planejamento intenciona metas ou objetivos a serem atingidos. Por conseguinte, para todo planejamento ser alcançado há que se avaliar o seu desenvolvimento – em tempo real, enquanto ocorre – e, ainda, averiguar se os resultados obtidos são os almejados. Essa ação é, portanto, compatível com museus que buscam eficiência para as suas atividades. Ela traz resposta aos investimentos feitos, sejam eles de tempo, de material, de pessoal ou financeiros. Assim, é extremamente importante que a prática avaliativa se torne uma ação organizada, planejada e sistemática para conferir melhorias às atividades museológicas. Cabe ainda destacar que a autora considera a “avaliação em museus como uma operação descritiva e informativa, um processo que intenciona reunir dados sobre o ‘objeto’ em análise, com o intuito de auxiliar no seu entendimento, no seu desenvolvimento e, conseqüentemente, contribuir para a melhoria da qualidade do funcionamento do museu e do atendimento às necessidades dos públicos”. É dessa forma que este artigo contribui de maneira precisa com o tema desta edição do Boletim.

INFORMAÇÕES

O acesso ao material bibliográfico está disponível apenas para consulta local.

Dúvidas ou sugestões, envie um email para cenedom@museus.gov.br

Endereço:

SBN Q. 2 Lt. 08, Bl. “N” - Ed. CNC III – 1º Subsolo
(61) 3521-4201 email: cenedom@museus.gov.br

Horário de Funcionamento:

Segunda: das 13:00 às 18:00
De terça a sexta: das 09:00 às 18:00