

# PESQUISA DE PÚBLICO

Porque os museus devem conhecer seus visitantes e públicos potenciais



Copyright © Percebe 2016

Concepção

**PERCEBE**

Ilustração

**VERIDIANA SCARPELLI**

Design

**LUCIANA GOBBO**

# Apresentação

Os museus e instituições culturais conhecem seus públicos? Nossa experiência mostra que no geral, as equipes dos museus têm muitas impressões e “achismos” sobre quem são seus visitantes e qual o comportamento deles nas exposições. Essa percepção é importante, pois é baseada na experiência das equipes. Mas, além disso, é cada vez mais importante que as instituições tenham dados concretos sobre o perfil dos visitantes, suas expectativas e seu comportamento nesses espaços. Essas informações:

- permitem tomar decisões mais conscientes sobre a continuidade e/ou criação de novas ações;
- mostram a importância do trabalho realizado pelas diferentes equipes para os gestores da instituição;
- impulsionam o diálogo com o público, tornando a experiência de visita mais significativa;
- permitem conhecer os públicos potenciais e conceber ações para ampliar o acesso à instituição.

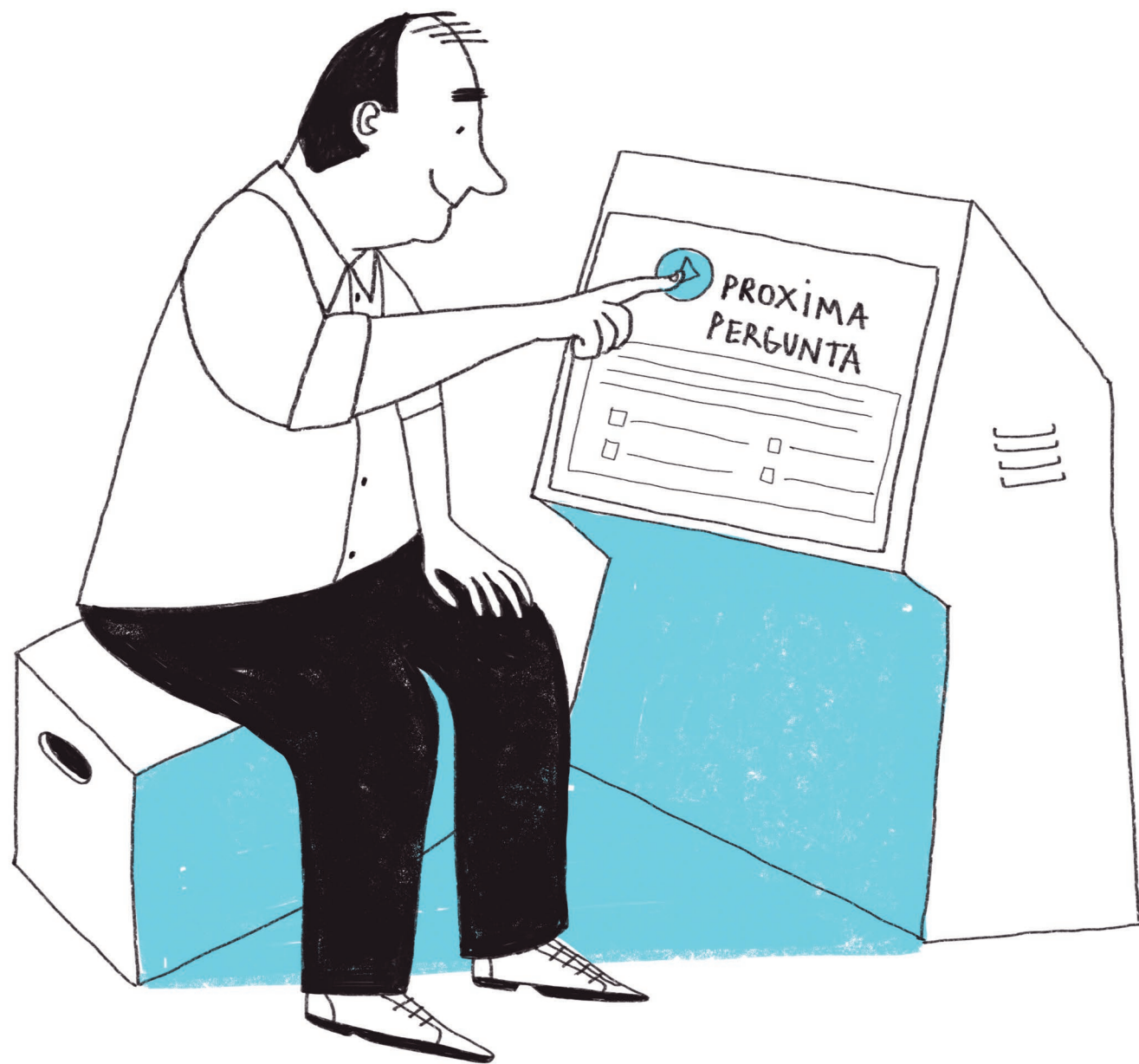
Trouxemos aqui algumas situações para encorajar e inspirar os museus a enfrentarem esse desafio.

**Boa leitura!**

**Coletar** dados sobre seus visitantes é importante, mas **sistematizar e analisar** esses dados é essencial.







Quanto mais **amigável**  
for a experiência,  
mais respostas  
**significativas** será  
possível obter.

Uma **única pesquisa** não vai responder todas as questões, a coleta de dados deve ser **periódica** com instrumentos de fácil aplicação.

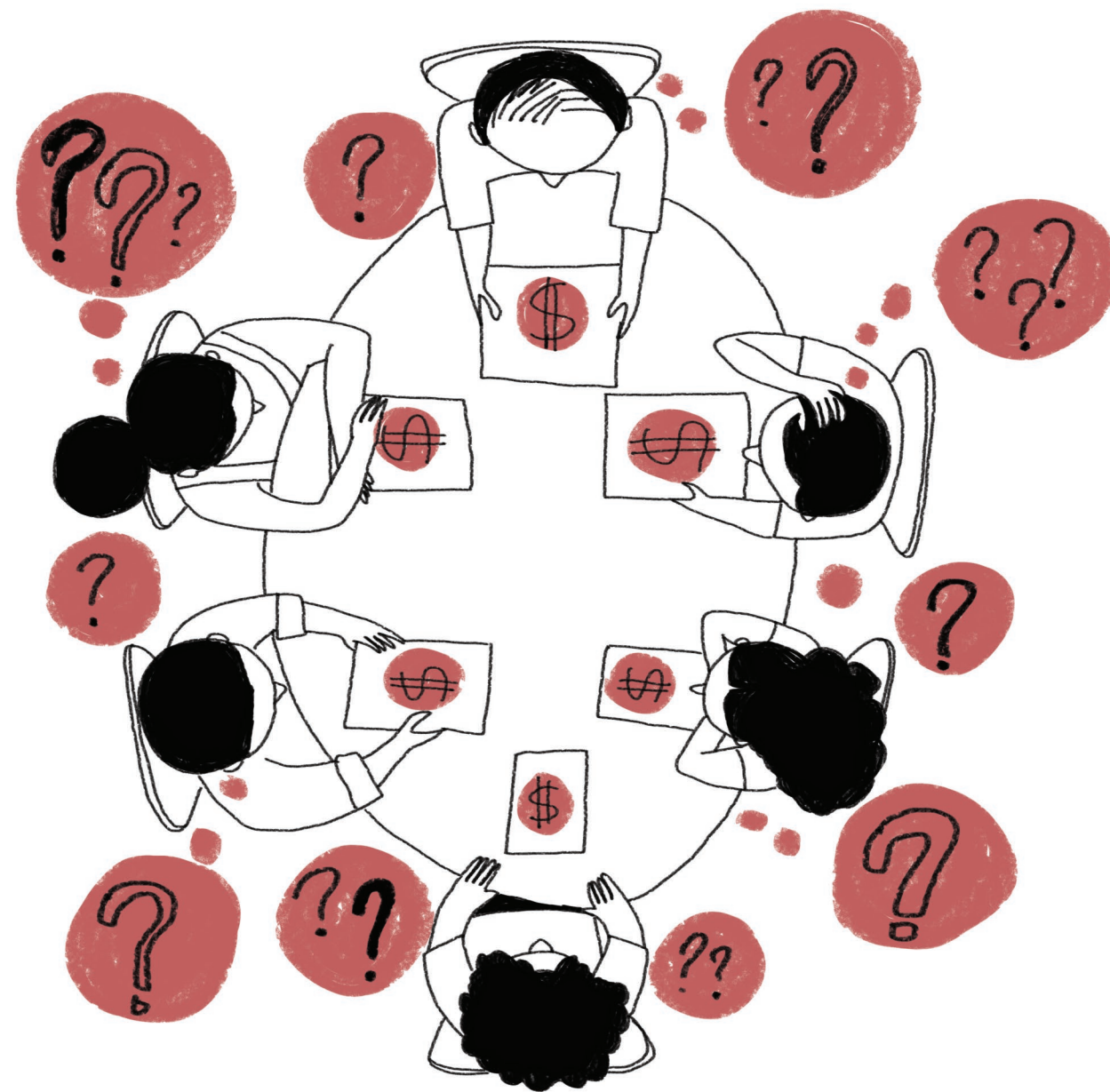




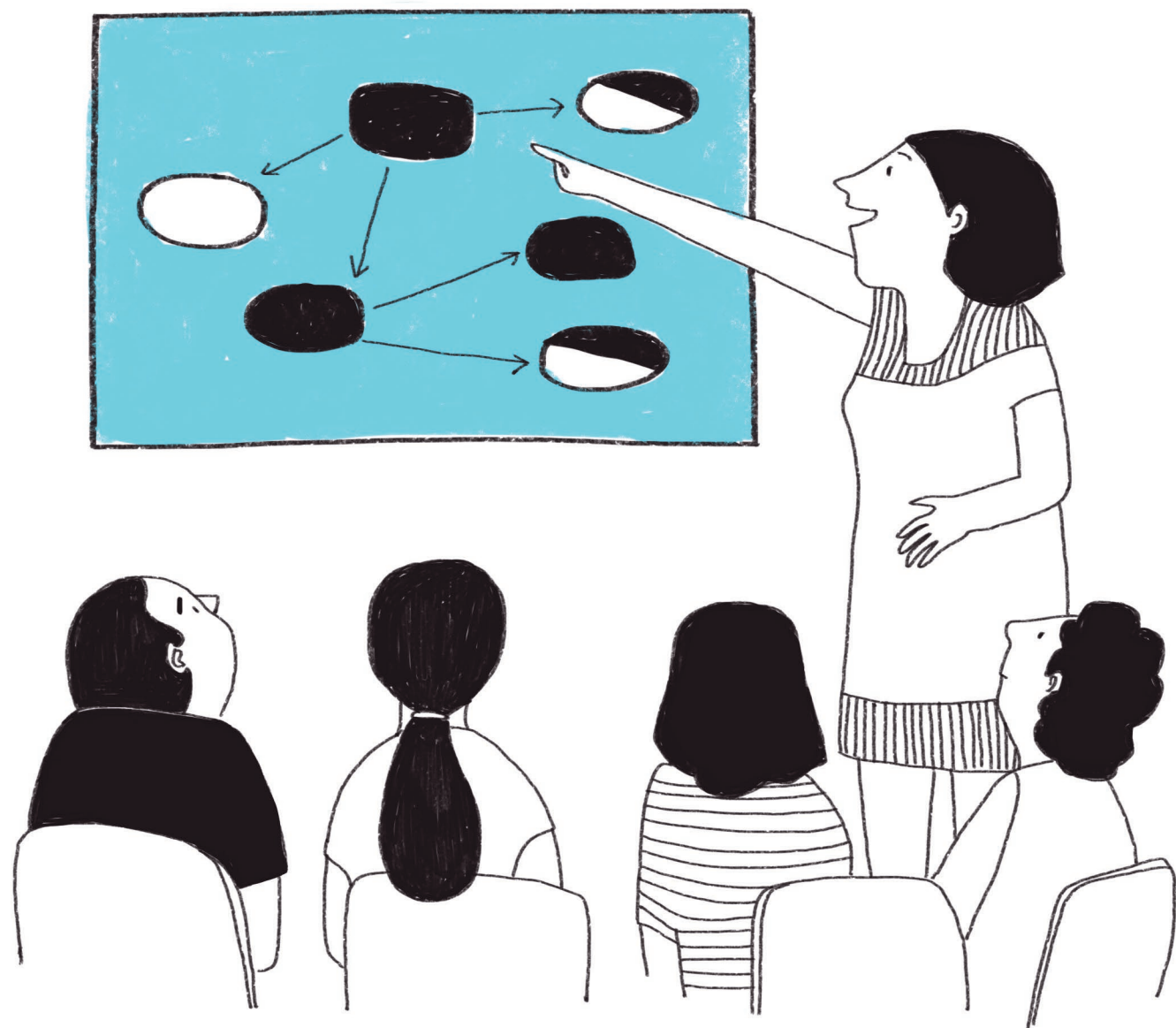


O uso da tecnologia  
pode ser um  
**importante aliado** na  
sistematização  
e análise dos dados.

Ter informações  
**precisas** sobre seus  
públicos permite  
**melhorar** a gestão  
dos recursos.





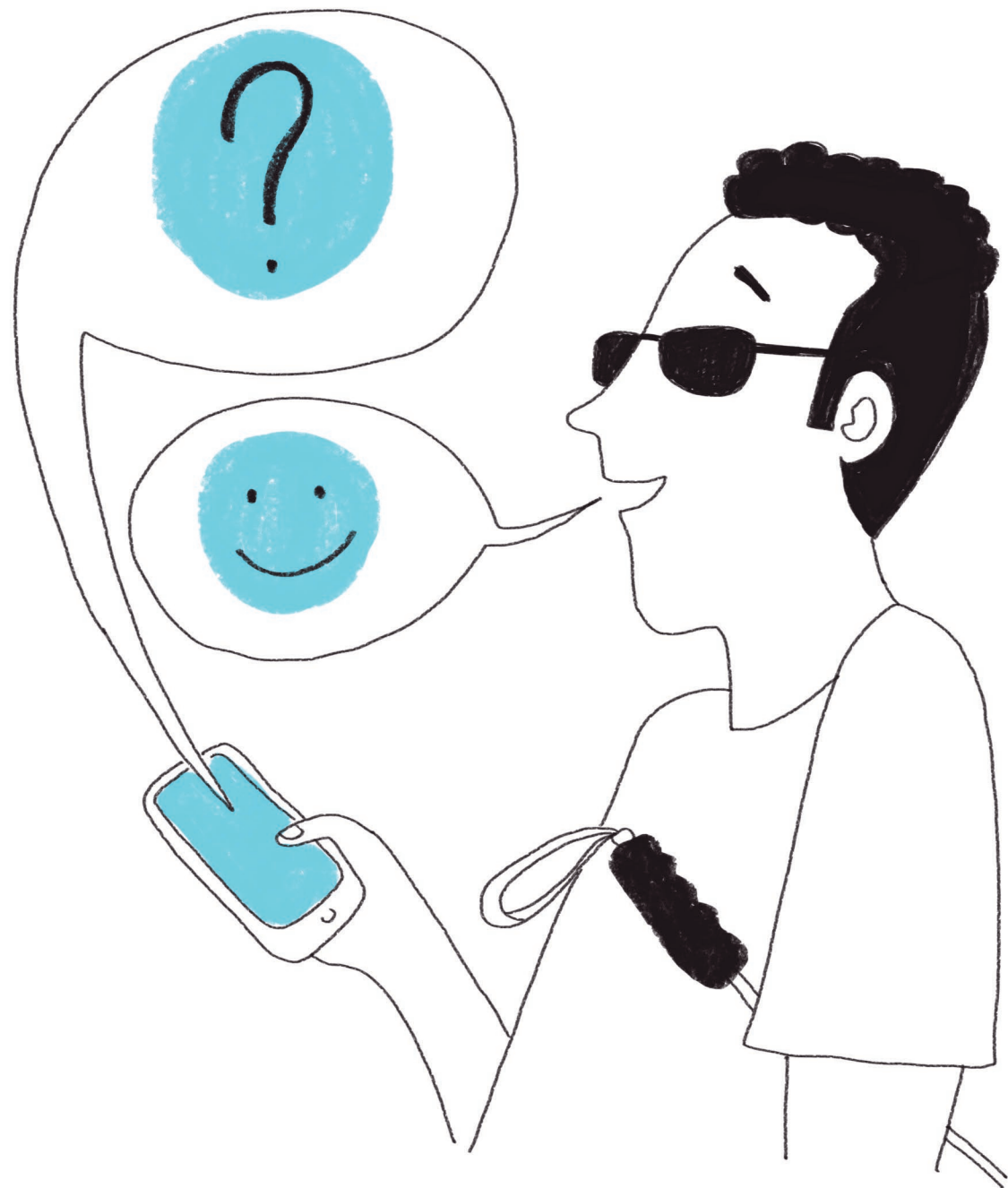


Dados sistematizados  
**facilitam** o  
compartilhamento  
de informações entre  
as **várias equipes**  
do museu.



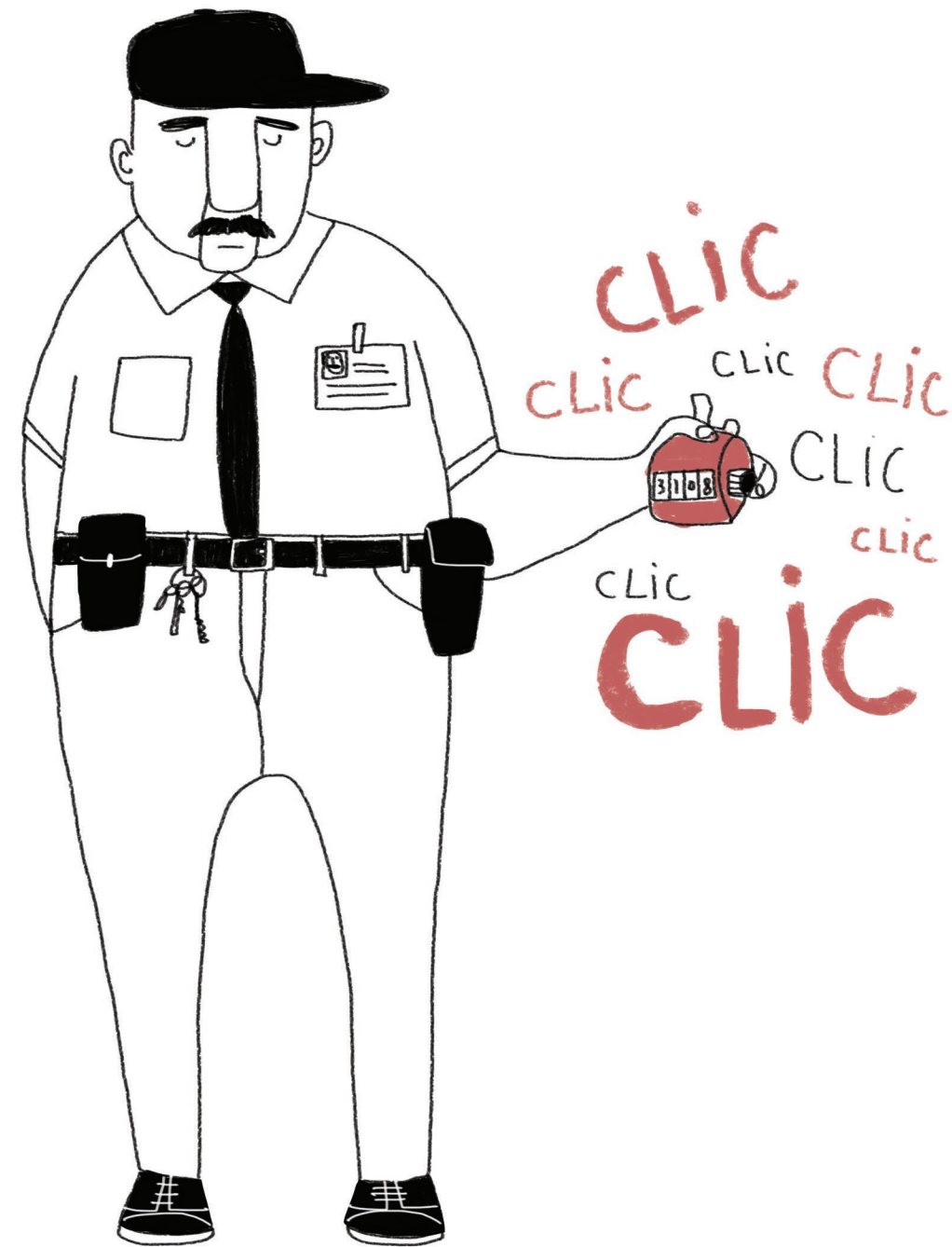
O instrumento  
de coleta de  
dados deve ser  
**adequado** para o  
público estudado.





A pesquisa deve ser **inclusiva**, prevendo diferentes estratégias para a compreensão das **necessidades** de pessoas com deficiências.

A quantidade de **visitantes** é um dado importante, mas não é suficiente para a tomada de decisões em uma instituição.







As pesquisas de público podem ocorrer **fora da instituição**, usando diversos canais de **comunicação**.

Ter informações **específicas** sobre cada público permite conceber ações **adequadas** para **aproximar** a instituição desses visitantes.



Os museus e as instituições culturais estão cada vez mais atentas a **ouvir seus públicos**, mas ainda há muito a avançar. A qualidade e a periodicidade das **pesquisas são elementos-chave** para a ampliação do acesso a cultura no Brasil. É por meio da compreensão do perfil dos visitantes e dos não visitantes, suas necessidades, expectativas e usos da instituição e de seus acervos, que poderemos avançar na criação de **ações mais significativas** para os diferentes tipos de público. Museus e instituições culturais guardam e comunicam importantes parcelas da cultura humana, mas isso só tem significado se for compartilhado com a sociedade. As pesquisas e os estudos de público são uma importante estratégia para o **diálogo entre o patrimônio e as pessoas**.



**percebe**

ALÉM DOS ESPAÇOS FORMAIS  
DE EDUCAÇÃO

[www.percebeduca.com.br](http://www.percebeduca.com.br)