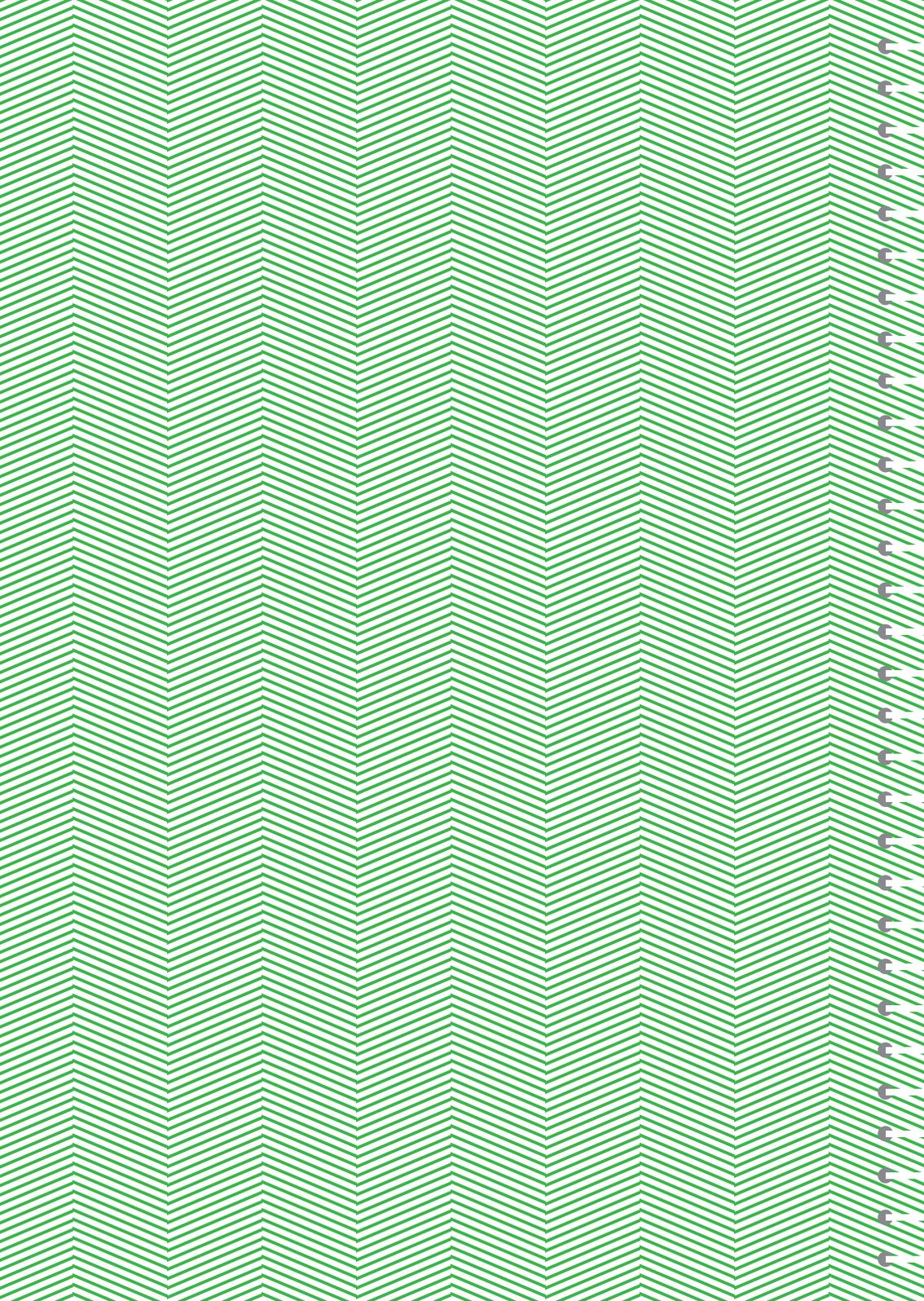


Que público é esse?

formação de públicos
de museus e centros culturais

Luciana Conrado Martins (Org.)
Ana Maria Navas
Djana Contier
Maria Paula Correia de Souza





A DEMOCRATIZAÇÃO DO ACESSO a bens e espaços culturais tem sido cada vez mais discutida no cenário atual brasileiro. Estamos progredindo com relação a diversos aspectos de desenvolvimento social e o acesso à cultura precisa acompanhar este movimento. E é este, justamente, um dos principais objetivos do projeto “Que público é esse? Formação de públicos de museus e centros culturais”, que disponibiliza a educadores conhecimento para exercerem com mais propriedade o papel de mediadores culturais. Quando devidamente preparados, os profissionais da educação são aliados fundamentais para qualificar e facilitar o contato do público com conteúdos que, muitas vezes, se valem de códigos e linguagens sofisticados e específicos.

Para que o público possa ter uma experiência completa e transformadora no contato com a cultura, professores, pesquisadores da área, equipes educativas e pessoas que atuam como mediadores em espaços culturais são, cada vez, mais importantes. Porém, ainda são poucas as publicações em língua portuguesa que tratam deste desafio de maneira simples, direta e descomplicada. Neste cenário, a concepção deste manual é de suma relevância, uma vez que viabilizará o diálogo com esses profissionais, explorando melhor o papel dos educadores e dos projetos educativos dentro dos museus e espaços culturais.

Em um país culturalmente tão rico e diverso como o Brasil, mas ainda repleto de desigualdades, democratizar o acesso às manifestações culturais e torná-las compreensíveis aos diferentes públicos são alguns dos objetivos que o Instituto Votorantim vem perseguindo em sua estratégia de investimento social. O desafio é ambicioso, mas estamos certos de que esta publicação e, principalmente, a sua utilização pelos profissionais da área constituem mais um consistente passo nesta busca.

Boa leitura e bom trabalho!

Instituto Votorantim

Apresentação

“Se tal é a função da cultura e se o amor pela arte é exatamente a marca da eleição que, à semelhança de uma barreira invisível e intransponível, estabelece a separação entre aqueles que são tocados pela graça e aqueles que não a receberam, compreende-se que, através dos mais insignificantes detalhes de sua morfologia e de sua organização, os museus denunciem sua verdadeira função, que consiste em fortalecer o sentimento, em uns, da filiação, e, nos outros, da exclusão.”
Pierre Bourdieu, 2003

OS MUSEUS PODEM SER ENCONTRADOS no mundo todo e existem há séculos, tendo assumido, ao longo dos anos, múltiplas faces. O século XX foi um marco fundamental para essas instituições. Com uma prática pautada na necessidade imperiosa de coletar compulsivamente e de estudar, conservar e organizar fragmentos da natureza e do universo material elaborado pelo homem, os museus tiveram que se modificar diante das transformações relacionadas à compreensão das sociedades sobre os seus fenômenos culturais. Nesse contexto, a dimensão educacional dessas instituições ganhou força e se estabeleceu como resposta à demanda por sua democratização. Hoje o público é a grande preocupação daqueles envolvidos nas ações que buscam levar os conhecimentos adquiridos e acumulados por meio dos objetos para a maior parte possível da população. Mas será que todos têm acesso a essa parte importante da cultura humana? Certamente, não! Como Pierre Bourdieu aponta em seu livro “O Amor pela Arte: os museus de arte na Europa e seu público”, e destacado na epígrafe deste texto, o museu pode ser o lugar da inclusão, da formação de novos públicos, da democratização do conhecimento, mas também da exclusão, do *apartheid* entre os “cultos” e daqueles que sempre ficarão à margem.

Para que a primeira possibilidade seja norteadora dos museus hoje, em especial no nosso contexto brasileiro, esta publicação deve ser vista como extremamente oportuna e necessária. “*Que público é esse? Formação de públicos de museus de centros culturais*” enfrenta o desafio de preparar as equipes educativas dos museus para melhor atingir, formar e, por que não, ensinar aos variados e diversos públicos que, cada vez mais, buscam nos museus momentos de diversão, encontro e aprendizagem. Conhecer melhor esses “públicos”, suas demandas, seus interesses e conhecimentos prévios, e melhor elaborar ações que satisfaçam suas expectativas, é hoje item recorrente na literatura sobre o tema. É, contudo, igualmente necessário que as equipes educativas tenham clareza de seus objetivos, das concepções pedagógicas que as inspiram e que planejem ações que articulem as intenções dos museus com aquelas de seus públicos. Esse material oferece importantes reflexões e, em especial, propostas concretas de formação de educadores para lidar com o enorme desafio de educar públicos tão diversos por meio de um equipamento cultural tão fascinante como os museus!

MARTHA MARANDINO

Caro(a) educador(a),

NO TRABALHO EM EXPOSIÇÕES de museus e centros culturais você interage com diferentes públicos. Famílias, idosos, escolares... cada um deles com características e comportamentos diferentes. Você já parou para se perguntar o que atrai essas pessoas a visitar tais espaços? Ou ainda, por que eles se comportam de determinadas maneiras ao longo do percurso? E mais: o que podemos fazer para que eles tenham uma boa experiência educacional na exposição?

Acreditamos que este manual possa ajudá-lo a responder essas questões e, dessa forma, descobrir as características únicas do lugar onde você trabalha, compreender melhor os seus visitantes e saber como planejar e executar ações educativas em exposições. Foi com esses objetivos que escrevemos o livro “Que público é esse? Formação de públicos de museus e centros culturais”, destinado, principalmente, aos educadores que trabalham em exposições; mas, também, aos responsáveis pelas equipes educativas, pesquisadores envolvidos com esses espaços e a todos os interessados em atuar educacionalmente com os seus visitantes. Para isso, o livro está recheado de conteúdos e dicas que, esperamos, ajudarão você a estabelecer uma boa relação com seus públicos.

Um dos incentivos para escrever este manual foi a nossa percepção da pouca circulação de informação nessa área em língua portuguesa. Tentamos, com esse guia, aproximar de uma maneira objetiva resultados de investigações e práticas gerados nas instituições de pesquisa e nas equipes dos museus e centros culturais. Como pesquisadoras da área de educação em museus e, também, prestadoras de serviços nesses espaços sabemos que, muitas vezes, o conteúdo produzido no contexto acadêmico não é facilmente transposto ao trabalho do dia a dia. Da mesma forma, sabemos que a sistematização das ações educativas dos museus e exposições são, em grande parte, atropeladas pelas tarefas cotidianas. Nossa intenção é, então, estabelecer essa ponte entre o conhecimento gerado na academia e o trabalho dos educadores.

Nesse processo, nem sempre fácil, fizemos uma seleção dos autores, conceitos e práticas que mais se aproximam da nossa forma de compreender a educação em exposições. Buscamos, assim, definir alguns conceitos que julgamos importantes para a prática educacional nesses espaços. Nosso foco foi a relação educacional, mediada por um educador, que acontece em exposições de museus e centros culturais.

Um segundo motivo para a produção deste material é o valor que atribuímos ao papel dos educadores nas visitas educativas de museus e centros culturais — uma vez que vemos em vocês o ponto de conexão entre a instituição e os seus públicos. Costumamos dizer que os educadores são a “voz” da instituição. Quanto melhor informado você estiver sobre as características de seus públicos e mais instrumentos tiver para trabalhar, mais efetiva será essa comunicação. Um bom diálogo vai ajudar a conquistar o público, tanto para revisitar esse espaço quanto para visitar outros. Em última instância, acreditamos que a boa formação do educador está diretamente relacionada à criação de hábito de visita aos museus, ou seja, à formação de público. Para nós, os educadores têm um papel fundamental nessa cadeia de motivações. Surge daí a importância de compreender esses visitantes, identificar suas necessidades e pensar como a instituição pode ressignificar as suas práticas a partir da visão do visitante sobre elas.

A leitura deste guia vai levá-lo(a) a explorar as características das exposições, os tipos de públicos que visitam (e que não visitam) esses espaços, o papel dos educadores de museu e as possibilidades e desafios das visitas educativas. A intenção é que você utilize o material da forma que achar mais adequada, adaptando nossas sugestões ao seu perfil de atuação, ao seu contexto e às características do público que você atende.

Com o intuito de ajudá-lo(a) a incrementar a sua prática profissional, elaboramos algumas oficinas e atividades, bem como dicas de leituras e referências bibliográficas, que se encontram ao final do volume.

Comentários e dúvidas sobre este manual são bem-vindos. Sinta-se à vontade em nos contatar através do nosso site www.percebeeduca.com.br.

Sumário

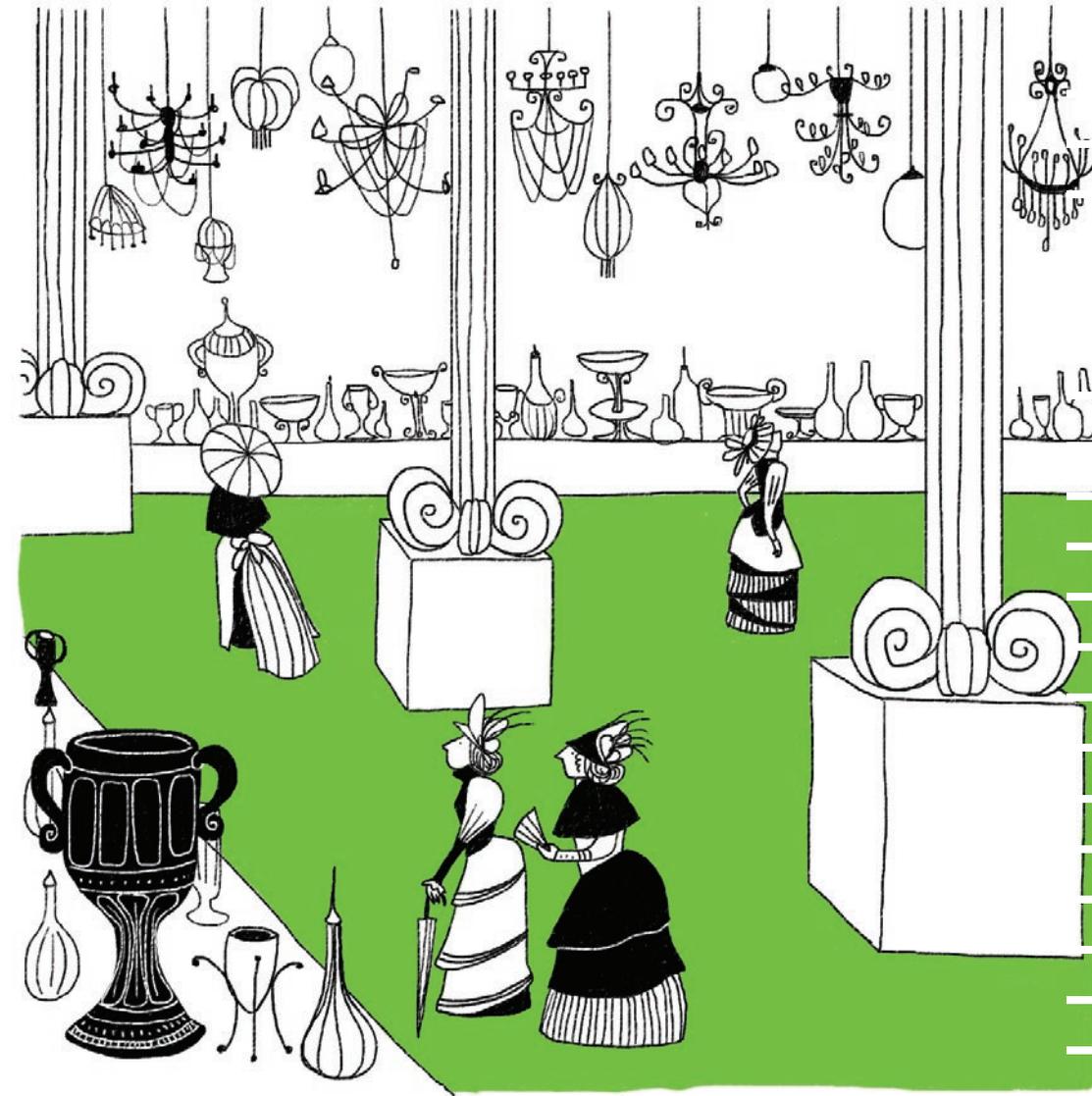
- CAPÍTULO 1 | Das coleções para os públicos:
um pouco da história dos museus e centros culturais | 10**
A origem dos museus e centros culturais | 12
A mudança de foco para o público | 14
A educação nas exposições: o tempo, o espaço e o objeto | 17
- CAPÍTULO 2 | Quem está na escuta? Os públicos dos museus e centros culturais | 20**
Características e possibilidades de aprendizagem dos diferentes públicos | 24
- CAPÍTULO 3 | A ação educativa nas exposições: como fazer o público
aprender mais e melhor | 32**
Atividades educativas realizadas com a presença dos educadores | 36
Atividades educativas realizadas sem a presença dos educadores | 40
- CAPÍTULO 4 | O educador e a visita educativa nas exposições: primeiros passos | 42**
Além de entusiasmo e interesse, é preciso ter uma formação | 45
Modelos de visitas educativas | 48
- CAPÍTULO 5 | Como realizar uma visita educativa de qualidade? | 52**
Para começar: os objetivos | 54
As estratégias: negociando e dialogando com o visitante | 56
Os momentos da visita educativa | 59
- Oficinas**
OFICINA 1 | *Conhecendo seu público* | 63
OFICINA 2 | *Caracterizando seu setor educativo* | 66
OFICINA 3 | *Concebendo um roteiro de visita* | 67
OFICINA 4 | *Avaliando a visita educativa* | 68
- Sugestões de leitura | 70**
Bibliografia | 72

Das coleções para os públicos: um pouco da história dos museus e centros culturais

UM ESPAÇO AMPLO ABRIGADO em uma construção antiga ou mesmo bem moderna. No interior há muitos objetos, podem ser telas de pinturas, objetos antigos ou ainda, plantas e animais empalhados. As pessoas passam poucas horas nesses locais, observando objetos ou realizando atividades.

Ao ler esse trecho, que imagem lhe vem à cabeça? É possível que seja a de um museu? E por qual razão? Quais elementos do texto nos permitem criar essa imagem? O espaço amplo? Os objetos expostos? O tempo de visita? Quando pensamos em museus e centros culturais vemos que todos esses elementos — espaço, tempo e objetos — se traduzem em características específicas destes locais. Outro aspecto próprio dos museus e centros culturais, é sua forma de comunicação com o público que ocorre por meio das exposições.

Dentro desses aspectos comuns, conseguimos identificar características que tornam essas instituições bastante diferentes entre si. A principal delas é o tipo de coleção ou acervo (ou, até mesmo, a ausência dele). Além disso, as formas de apresentação e organização dos objetos, textos, imagens, as relações com o público e o próprio espaço da exposição são elementos que fazem com que cada local seja diferente do outro. Essa variedade aparece, ainda, em distintas instituições que conhecemos: museus de arte moderna, história, arqueologia, centros culturais, aquários, jardins botânicos etc.



Como é possível, então, definir, dentre tanta variedade, o que pode ser considerado um museu? Não é certamente tarefa fácil, mas algumas características podem nos ajudar a compreender a função social dessas instituições que, na atualidade, visam além da conservação, do estudo e da exposição do patrimônio material e imaterial da humanidade, contribuir com a educação do público, proporcionando lazer e contemplação.

Mas, nem sempre, os museus tiveram como função social a conservação, a educação e o lazer. Temos a ideia de que os museus e centros culturais foram criados para receber o público desde os seus primórdios; mas, quando surgiram, essas instituições tinham funções bem diferentes e a ideia de lugar público ainda demoraria para se estabelecer.

Afinal, qual é a origem dos museus e de suas exposições? Vamos saber um pouco mais sobre esse assunto a seguir¹.

AFINAL, O QUE É UM MUSEU?

O Conselho Internacional de Museus, ICOM (International Council of Museums), é uma organização que reúne os profissionais de museus e as instituições museais de todo o mundo. Em sua reunião de 2006, foi formulada a seguinte definição:

"Museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos, à serviço da sociedade e de seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, estuda, expõe e transmite o patrimônio material e imaterial da humanidade e de seu meio ambiente com fins educacionais e de deleite."

São considerados museus, portanto, diversos tipos de instituições, incluindo sítios e monumentos naturais e arqueológicos, aquários, jardins botânicos e zoológicos, parques, centros culturais, centros de ciências, planetários, entre outras.

A origem dos museus e centros culturais



A palavra *museu* é um termo do latim, derivado do grego *mouseion*, que na sua origem significa "templo dedicado às nove Musas". As musas eram filhas do deus grego Zeus com Mnemósine, e sua função era guardar as ciências, as artes e os tesouros da cultura. Em grande parte dos relatos, encontramos o *Mouseion* de Alexandria, que data do século III a.C. e ficava na cidade grega de Atenas, funcionando como um templo de devoção às musas e de discussão filosófica.

A origem dos museus está relacionada com a vontade dos seres humanos de colecionar objetos. Esse hábito é encontrado em muitos momentos ao longo da história da humanidade e pode ter diferentes objetivos: manter a memória do dono da coleção mesmo após sua morte, legitimar a posse

¹ Para escrever sobre a história das coleções e do surgimento dos museus, usamos como referência o trabalho de Valente (1995).

de bens raros e preciosos, obter reconhecimento social, classificar e conhecer o mundo à sua volta etc.

Na Idade Média, as catedrais, os mosteiros e também os senhores feudais da Europa acumularam joias, esculturas, manuscritos e relíquias de santos, além dos diversos objetos trazidos em expedições militares e religiosas. Esses verdadeiros tesouros foram uma forma de demonstrar riqueza, poder e conhecimento durante séculos. O auge do movimento foi no século XV, quando nobres, sacerdotes, militares, profissionais liberais e intelectuais se interessaram por colecionar os mais variados tipos de objetos provenientes do mundo natural e cultural, principalmente da Antiguidade Clássica.

Mas essas coleções poderiam ser consideradas, de fato, museus? Se usarmos a definição atual, notamos que, apesar de existir um acervo formado pelos objetos colecionados e do início da organização da sua exibição, há vários outros elementos muito diferentes do que entendemos hoje como museu. O principal deles é que essas coleções não eram públicas e nem todos podiam visitá-las, como acontece nos museus da atualidade.

A partir do século XVI, tornou-se comum expor esculturas e pinturas em grandes salas de palácios e casas de pessoas ricas. Foi nesse momento que surgiram os chamados gabinetes de curiosidades, verdadeiros quartos de artes e "maravilhas". Eles continham objetos do mundo natural e cultural, muitos deles exóticos, expostos lado a lado numa disposição bem diferente do que costumamos ver nas exposições de hoje. Os gabinetes eram muito comuns na Europa e juntavam objetos trazidos do Novo Mundo e do Oriente. Além de servirem para aumentar o prestígio de seus donos, eram também utilizados para estudo. Coleções como essas deram origem, mais tarde, aos museus de história natural, antropologia, tecnologia, entre outros.

Ao longo da sua história, os donos dos gabinetes de curiosidades começaram a permitir que viajantes e estudiosos, muitas vezes de locais distantes, visitassem o espaço. Ainda que muito restrita, essa visitação começa a dar os primeiros passos em direção aos museus públicos que conhecemos hoje em dia.



COLEÇÕES MUITO ANTIGAS

A associação de museu, coleção e observação do mundo é anterior, até mesmo, ao *Mouseion* de Alexandria. Alguns jardins astecas mantinham, além das plantas medicinais, árvores, arbustos, plantas ornamentais e aromáticas ordenadas sistematicamente.



FONTE: FERRANTE IMPERATO, DELL'ISTORIA NATURALE, NAPOLI, 1599.

Ilustração de Ferrante Imperato de seu gabinete de curiosidades.

A mudança de foco para o público

Foi no século XVII que aconteceu uma mudança importante na forma de expor as coleções. Se antes elas misturavam diversos tipos de objetos, nesse período, elas passaram a ser classificadas e organizadas segundo os princípios científicos e técnicos que começavam a surgir, conforme as diferentes áreas do conhecimento.

No entanto, a ampliação do caráter “público” das coleções ocorreu apenas no século XVIII, apoiada pelas novas noções de cidadania, surgidas a partir da Revolução Francesa de 1789. Aparecem, então, instituições públicas como o Museu do Louvre, na França; o Museu Britânico, na Inglaterra; o Museu Nacional de Nápoles, na Itália; o Museu Nacional de Ciência de Madrid, na Espanha; o Museu *Charleston*, nos Estados Unidos da América, entre outros. Além de exibir coleções antes “privadas”, esses museus passaram a admitir o acesso do público.

Haveria uma preocupação com a instrução ou educação desses novos visitantes? Apesar de ter ocorrido uma ampliação do papel educativo dos museus, eles ainda não estavam direcionados para o público em geral. Além disso, apesar de uma nova forma de expor os objetos ter sido estabelecida, essa organização não era fácil de ser entendida pelo grande público.

Em grande parte das exposições, o visitante encontrava centenas de objetos expostos sem nenhum tipo de legenda ou texto de apoio. A forma de comunicação era baseada apenas na observação. Para as equipes que trabalhavam nos museus dessa época, contemplar obras de arte, animais e vegetais expostos seria suficiente para o público entender sua importância.

Somente no século XIX outras formas de expor os objetos, influenciadas pela Revolução Industrial, começaram a aparecer. É nesse momento que surgiram as exposições universais, que divulgavam os avanços das áreas industriais e agrícolas de cada país. Essas exposições tiveram muita importância no mundo dos museus, pois obtiveram sucesso na tentativa de instruir a população usando modelos animados, cenários e aparatos que podiam ser tocados.

A partir do século XIX, o papel educacional dos museus se intensificou, levando esses locais a modificarem ou criarem estratégias para facilitar a comunicação com o público. Dentre elas, destacamos a seleção dos objetos que deveriam compor a exposição, o aumento do espaço entre os objetos para permitir sua observação, separadamente, e a introdução de textos e legendas com informações sobre o objeto.

No período posterior à Segunda Guerra Mundial, surgiram associações internacionais de profissionais de museus, como o Conselho Internacional de Museus (ICOM). Isso possibilitou trocas de ideias e experiências, ampliando o conceito de museu e de patrimônio. Percebemos, também, nesse mesmo período, uma mudança nas relações dos museus com a sociedade e uma ampliação das funções sociais dessas instituições: de locais de guarda e estudo de coleções passaram a locais de debate de ideias sobre o patrimônio preservado.

A VISITAÇÃO NO ASHMOLE MUSEUM, NO SÉCULO XVIII

O Ashmole Museum, fundado em 1659 e com ligação com a Universidade de Oxford, é considerado um marco do processo de abertura dos museus para o grande público. Relatos de viajantes do século XVIII falam que ele era aberto durante o ano todo, exceto domingos e feriados, mediante o pagamento de uma taxa. Segundo o pesquisador Jeffrey Abt (2006), os visitantes, para conhecerem a exposição, deveriam ser acompanhados, uma pessoa por vez, pelo zelador ou seu assistente.



FONTE: DUCING, F. (ED.), L'EXPOSITION UNIVERSELLE DE 1867.

Estande dos cristais Baccarat na Exposição Universal de Paris de 1867.

E como isso aconteceu? Como vimos, os museus foram, aos poucos, melhorando a comunicação com seus públicos — principalmente por meio das exposições. Elas passaram a ser cada vez mais compreensíveis para as pessoas comuns, com legendas, textos e objetos interativos para ajudar no entendimento das coleções expostas.

As exposições começaram a ser concebidas a partir de objetivos, que levavam em consideração o *que*, *como* e *para quem* comunicar. Partes do acervo passaram a ser selecionadas (ou mesmo produzidas) de acordo com os objetivos desejados. A forma de expor os objetos voltou-se à utilização de cenografias, ambientação e outros artifícios de comunicação. O desenvolvimento de tecnologias também começou a influenciar as exposições. Elementos audiovisuais, técnicas de holografia, projetores e diversos tipos de elementos gráficos passaram a ser utilizados nesses espaços, para possibilitar outras formas de comunicação.

Contudo, o que mais se modificou nesse período foi a ampliação e o fortalecimento do papel educacional dos museus. Chamadas a contribuir na formação dos cidadãos ao longo de suas vidas, essas instituições pas-

saram a contar com serviços educativos e profissionais especializados: os educadores. Notamos que, cada vez mais, os educadores têm seu papel valorizado dentro dos museus, atuando nas diversas atividades educacionais e de comunicação, inclusive na concepção e realização das exposições.

Ampliando as relações dos locais que usam exposições como meio de comunicação com o público, temos o surgimento e fortalecimento dos centros culturais. A partir da década de 1970 e, principalmente, na década seguinte, são estabelecidas várias instituições culturais em todo o mundo; com o objetivo de disseminar e compartilhar as diversas formas de expressão de uma determinada cultura, valorizando sua identidade. Além das exposições, é comum encontrar nos centros culturais outras formas de comunicação com o público, como oficinas, saraus, teatro, dança, música etc.

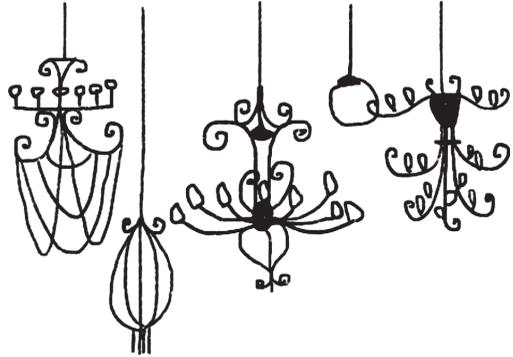
Como vimos, atualmente, temos diferentes instituições que usam as exposições para se comunicar com os públicos. Dentro desse universo, vemos exposições muito parecidas com as realizadas nos séculos XVII e XVIII; assim como, diferentes formas de organizar e representar os acervos. Essas maneiras de se relacionar com os públicos, e de conceber e expor os acervos, variam conforme a história, a temática e a equipe do museu ou centro cultural.

A educação nas exposições: o tempo, o espaço e o objeto

Pesquisas feitas sobre a comunicação entre a exposição e o visitante mostram a existência de uma pedagogia particular dos museus²; isto é, uma forma própria em que museus e outras instituições, que se comunicam por meio de exposições, estabelecem seus processos educativos. Essa pedagogia pode ser definida por três elementos que já citamos no início deste capítulo: o tempo, o espaço e o objeto.

O primeiro elemento que vamos discutir é o tempo. Ele é o definidor da relação entre o público e a exposição, seja pela curta duração da visita como um todo, como também pela curta duração do contato do visitante com um objeto ou *display* expositivo. Para grande parte das pessoas, a visita a uma exposição acontece apenas uma vez na vida e somente por uma ou duas horas. Já o tempo de interação com os objetos varia, em média, entre alguns segundos e, no máximo, poucos minutos.

² As características da pedagogia dos museus são apresentadas nos trabalhos de Van-Praët e Poucet (1992); Allard e colaboradores (1996) e Martins (2010).



Considerar essas informações é fundamental para conseguir uma boa comunicação entre o público e a exposição. No pouco tempo que o visitante passa no espaço expositivo, a comunicação deve ser breve e eficiente. Para isso, devemos fazer escolhas em torno do grau de profundidade do tema abordado, selecionando as informações necessárias para uma visão processual do conhecimento. Dessa maneira, teremos uma comunicação facilitada e o visitante cativado.

O segundo elemento da pedagogia dos museus é a presença dos objetos, muitas vezes, autênticos e que só podem ser vistos nas exposições. Expor um objeto é dar-lhe um sentido, uma forma de observação e uma visão de seu significado. Favorecer o acesso do público a esses objetos é uma das funções mais importantes das exposições.

O processo de comunicação a partir dos objetos permite que o público perceba e interprete vários aspectos — científico, histórico, artístico, técnico, social — associados a eles. Os objetos expostos podem, assim, ser a base para o prazer estético, a contemplação, a observação, dentre muitas outras possibilidades. As diferenças entre os públicos e as múltiplas formas de interações sociais que podem ocorrer durante a visita, possibilitam diferentes leituras de um mesmo objeto. Portanto, para que esse processo de compreensão e apropriação sobre o objeto aconteça, é importante levar em consideração não só os diversos significados de um mesmo objeto, como as diferenças existentes entre os visitantes. Vamos abordar esse assunto de forma mais aprofundada nos capítulos seguintes deste manual.

Por fim, temos o espaço como o terceiro elemento da pedagogia dos museus. A exposição é um lugar tridimensional onde estão exibidos os objetos, com os quais as pessoas vão interagir por um tempo determinado. Isso significa que o visitante não tem contato apenas com os objetos, mas

também com o próprio espaço da exposição. Dessa forma, é preciso levar em conta os diversos elementos que compõem os circuitos expositivos, tais como a luz, as cores, o mobiliário, os espaços entre os objetos, a temperatura do ambiente etc. Devemos considerar, ainda, elementos como a facilidade ou dificuldade de deslocamento e a possibilidade de escolha, por parte do visitante, dos percursos e atividades a serem realizadas. Com base em todos esses aspectos, é necessário acolher o visitante, proporcionando uma experiência de visita agradável e educacionalmente significativa. Além disso, os percursos propostos pelas equipes dos museus devem estimular o interesse do visitante, para que seja possível chegar aos objetivos comunicacionais de cada exposição.

As exposições são, atualmente, a principal forma de comunicação dos museus e de muitos centros culturais com seus públicos. Mas, como uma exposição pode se comunicar com todos os tipos de visitantes? E qual o papel do educador nesse processo? Nossa proposta, nos próximos capítulos deste manual, é que você conheça um pouco mais sobre o comportamento dos visitantes nesses espaços, aprendendo a estabelecer um diálogo educacional por meio de diferentes estratégias.





CAPÍTULO 2

Quem está na escuta? Os públicos dos museus e centros culturais

EM UM DIA TÍPICO DE TRABALHO, você está na recepção do museu esperando o próximo grupo de visitantes. Uma família aparece à sua frente e começa a falar continuamente, uma criança chora, um senhor idoso tem dificuldades para subir o pequeno degrau da entrada e eles ficam sem saber onde estacionar o carrinho de bebê. Simultaneamente, está saindo um grupo de jovens brincando e rindo alto. Toda a situação é muito confusa.

O guarda ajuda o senhor. Você orienta quanto ao lugar de deixar o carrinho do bebê. A mãe segura no colo a criança que chora. Aparentemente, a situação está controlada e a visita pode começar. Mas, o que você sabe sobre esses visitantes além dessa aproximação inicial? Eles tinham uma visita agendada? Você recebeu alguma informação sobre a procedência ou as expectativas desse grupo? “Quem são eles? Quais suas características? Qual seu comportamento? Enfim, com quem eu vou me comunicar?”

A cena descrita sugere que, para planejar uma boa visita e um acolhimento adequado, a instituição deve conhecer o perfil do seu público visitante e suas características de comportamento. Além disso, também é importante saber que existem perfis e comportamentos que se repetem em diferentes instituições e que, por isso, podem ser vistos como tendências. Para que você conheça melhor essas informações, vamos mostrar aqui resultados do último relatório publicado pelo Observatório de Museus e Centros Culturais

(OMCC) para os museus dos estados de São Paulo e do Rio de Janeiro. A referência completa desse documento está na bibliografia no final do manual.

Esse relatório traz informações interessantes, como a existência de uma tendência dos museus em atrair visitantes entre 20 e 59 anos, ou seja o público frequentador de museus é um público, majoritariamente, adulto. Outro dado mostra que os museus são muito pouco visitados por idosos (maiores de 60 anos) e que a visitação a museus tende a crescer quanto maior é a renda e a escolaridade do visitante. Essa pesquisa mostra, ainda, que há uma tendência dos museus em atrair mais o público feminino. Tendência essa que não ocorre só no Brasil, mas em diversas instituições de outros países.

Mas o que leva o visitante a querer visitar uma exposição? Podemos imaginar inúmeros motivos, desde os mais íntimos aos mais ocasionais: conhecer o museu, ter interesse pelos assuntos tratados em uma exposição, alargar horizontes, divertir-se e acompanhar pessoas. Conhecer, de fato, essas motivações pode ajudar muito no planejamento de uma ação educativa adequada.

Na pesquisa realizada pelo OMCC a maioria das pessoas declara que o principal motivo da visita é conhecer o museu, o que significa que muitos vão a esse lugar pela primeira vez. De fato, “buscar novidades” é um motivo importante para a realização de uma visita. Esse dado é riquíssimo para ser considerado no momento de planejamento de uma visita educativa, pois educar o “olhar” do público para a apreciação de exposições é um dos aspectos mais desafiadores que as equipes educativas têm que lidar quando trabalham com públicos “novatos”. Ter uma boa “primeira experiência” em exposições pode levar os visitantes a se tornarem um público constante de museus e centros culturais.

Outros pontos que consideramos relevantes para esse planejamento são



OBSERVANDO O PÚBLICO DOS MUSEUS E CENTROS CULTURAIS

O Observatório de Museus e Centros Culturais (OMCC) é um programa de serviços e pesquisas sobre as relações dessas instituições com a sociedade. Ele funciona por meio de uma parceria entre a Fundação Oswaldo Cruz, o Departamento de Museus e Centros Culturais (DEMU/IPHAN), o Museu de Astronomia e Ciências Afins (MAST/MCT) e a Escola Nacional de Ciências Estatísticas (ENCE/IBGE). No seu site (www.fiocruz.br/omcc/), podem ser encontradas informações sobre sua atuação, bem como os relatórios das pesquisas realizadas.

os interesses em se divertir, pesquisar e estudar. Saber que a visita a um museu é tida como um momento de lazer educativo coloca para as equipes o desafio de aliar lazer e fruição com um caráter educacional no planejamento de suas atividades. O aspecto educacional dos museus deve, portanto, estar presente em todas as ações propostas para o público.

A pesquisa em questão também aponta que a visita a um museu é uma experiência de sociabilidade para quase 80% dos visitantes, o que significa que a maioria das pessoas visita o museu acompanhada, seja por familiares, amigos ou cônjuge. Como esse fato interfere na maneira de realizar a visita? Como essa informação pode ser trabalhada pelos educadores da instituição? Dar oportunidade durante a visita educativa de troca entre as pessoas, fazer atividades, perguntas e sugestões que levem em consideração o vínculo afetivo entre essas pessoas são algumas das possibilidades que valorizam esse comportamento dos visitantes. Essas e outras estratégias de visita serão tratadas com mais detalhes nos capítulos 3 e 5 deste manual.

E quais são os principais motivos para que o público volte a uma instituição? Para a maioria das pessoas, o principal motivo para retornar a um museu já conhecido é visitar uma nova exposição. Outra razão é mostrar o museu ou a exposição a alguém; para outros, é ver um espetáculo que acontece no museu ou fazer uma atividade e rever o que mais gostou.

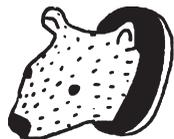
Além de conhecer as motivações do público que frequenta os museus, sugerimos também buscar as razões que dificultam a visita a essas instituições. Conhecer quem não frequenta os museus — ou seja, “os não públicos” — e suas razões de não visitarem é essencial para o planejamento de ações estratégicas que visam o aumento do número de visitantes e sua fidelização. Entre os principais fatores que dificultam a visita a museus e centros culturais estão a falta de divulgação, dificuldade de transporte ou acesso e custo do ingresso ou de uma visita.

OS MOTIVOS DA VISITA

Muitas pesquisas sobre a motivação dos visitantes já foram feitas nos museus e centros culturais ao redor do mundo. A pesquisadora inglesa Paulette McManus (2013) afirma que os motivos do público são muito diferentes: 22% das pessoas vão para curtir o passeio; 20% vão porque querem aprender sobre aquilo que está sendo exposto; 20% vão para conhecer a exposição, sem nenhum interesse particular; cerca de 18% vão por algum aspecto específico daquele museu — mas não, necessariamente, da exposição. Os demais vão para “musear”.

Já em pesquisa feita no Brasil, a investigadora Adriana Almeida (2004), aponta que a visita com fins pedagógicos é maioria entre os visitantes de museus de ciência (61% dos visitantes apontam o motivo educacional como o fator principal da visita), história (48% dos visitantes) e arte (29% dos visitantes).

Características e possibilidades de aprendizagem dos diferentes públicos



Além de conhecer as motivações e dados mais gerais que apresentamos no início do capítulo, também vamos falar um pouco sobre cada tipo de público, sua caracterização e seu comportamento específico. Isso será muito importante quando formos discutir as estratégias educativas em exposições, nos próximos capítulos. Cada público tem uma demanda, uma maneira de perceber a experiência da visita e quanto mais a instituição conhecer seu público, mais focada e com maior poder de diálogo será construída a ação educativa.

Público infantil: um público muito ativo

A criança³, atualmente, é reconhecida como um ser social e histórico e, por isso, produtora de cultura. Elas fazem, em grande medida, suas próprias escolhas e influenciam as escolhas daqueles que as cercam, contribuindo com sua aprendizagem. Considerando essa afirmação, o que significa, no cotidiano de trabalho em um museu, essa maneira de ver a criança e a infância⁴?

Significa, principalmente, que ela é autônoma em relação aos seus desejos e curiosidades. É importante saber entender esses desejos e conduzi-las aos objetivos propostos para a atividade educativa em foco. Seja atento aos gestos e olhares e procure ouvi-las, por mais desafiador que possa parecer. Tente ganhar sua confiança, ainda que num primeiro momento elas se calem ao serem encaradas por um adulto desconhecido. Aproveite a oportunidade de, no início da visita, ganhar sua atenção e o fascínio desse público de desejos tão fugazes.

Outros elementos são muito interessantes para serem levados em conta no planejamento de uma atividade educativa para crianças⁵.

³ De acordo com o Estatuto da Criança e do Adolescente (BRASIL, 1990) são consideradas criança os indivíduos de 0 a 11 anos.

⁴ Um marco para o entendimento da criança como um sujeito de direito foi a Convenção sobre os direitos das crianças da ONU, em 1989. Você pode acessar esse e outros documentos sobre os direitos das crianças e adolescentes no site do Fundo das Nações Unidas para a Infância — UNICEF (Brasil: www.unicef.org.br ou Portugal: www.unicef.pt).

⁵ As características de comportamento infantil aqui descritas foram retiradas do trabalho do pesquisador Manuel Jacinto Sarmento (2005).

Para uma criança, brincar é condição da aprendizagem. Isso quer dizer que os espaços expositivos concebidos, especialmente, para crianças devem ser, fundamentalmente, interativos proporcionando um ambiente lúdico no qual ela possa manipular, observar e experimentar os objetos, estimulando sua curiosidade nata e facilitando seu aprendizado.

O tempo da criança é repetitivo. Para a compreensão de determinado assunto ou prática, a criança deve entrar em contato com o tema específico diversas vezes. Sabendo disso, é oportuno que exista algum ponto-chave a ser priorizado durante a visita educativa e que ele seja trabalhado em vários momentos, com enfoques e abordagens diferentes. Utilizando essa estratégia, podemos ampliar as possibilidades de registro sensível da experiência.

A criança conhece a cultura pelo adulto. É na relação com os adultos que as crianças constroem-se socialmente. Tal fato é, por si só, uma justificativa para o desenvolvimento de roteiros para esse público pautados na interação entre adultos e crianças — sejam eles seus pais ou acompanhantes, ou os educadores do museu.

Sua curiosidade é imensa e ela formula, constantemente, hipóteses sobre a realidade que a cerca. Mesmo que nenhuma explicação seja dada a ela, a criança construirá uma narrativa interpretativa dos elementos que compõem a exposição. Você não deve, portanto, lidar com esse público como se ele fosse desprovido de conhecimento. Pelo contrário, valorize suas hipóteses e as aproveite na condução da visita educativa, utilizando-as como estímulo para o desenvolvimento de sua capacidade reflexiva e interpretativa acerca da realidade.

Público familiar: crianças e adultos em interação na exposição

Em uma visita familiar, como atender a todos? Como deixar-se levar pelo desejo da criança e também pela vontade dos pais de “ensinar” algo a seu filho? Está aí um grande desafio para os educadores.

Uma família que visita uma exposição no final de semana geralmente está buscando, ao mesmo tempo, uma atividade de lazer e uma atividade educativa. Vários pais dizem que a escolha por esse programa está relacionada ao fato de os filhos poderem, além de se divertir, aprender algo.

Sabemos hoje, por meio de pesquisas, que a família tem um papel fundamental na criação do hábito de visita a museus e centros culturais. Crianças que visitam esses locais na companhia de seus pais fazem uma

exploração mais intensa e mais focada. Familiarizam-se com o ambiente e aprendem a ser visitantes — atitude importante na constituição do hábito na vida adulta.

Durante as visitas, as famílias discutem o que veem, leem os textos, trocam experiências, compartilhando um conjunto de valores, vocabulários, compreensões e pressupostos. Entre as famílias, podemos encontrar diferentes tipos de comportamento — desde pais que apenas observam seus filhos de longe até aqueles que executam todas as tarefas por eles. Para dar conta de todas essas possibilidades, é interessante que a exposição e os educadores disponibilizem informações tanto para os adultos quanto para as crianças; pois, assim, os pais que desejarem podem “explicar” algo a elas.

Público escolar: uma demanda organizada

A visita de grupos escolares a exposições é, em muitos casos, a roda d'água de museus e centros culturais durante os dias úteis da semana. Não é à toa que essa relação nos parece tão direta e óbvia, já que existem relatos de visitas escolares a museus desde o final do século XIX. Apesar de os educadores terem sido, ainda naquele século, contratados inicialmente para receber o público escolar, é somente a partir da década de 1960 que essas visitas se tornaram corriqueiras.

Atualmente, os grupos organizados são a principal demanda dos serviços educativos de exposições; representando, em média, 50% do público frequentador desses espaços. Frente a essa realidade, nós nos perguntamos quais são os objetivos das instituições envolvidas — escolas, museus e centros culturais — na realização das visitas às exposições? A expectativa dessas instituições é satisfeita? Essa visita é significativa para os alunos participantes?

Podemos afirmar que o sucesso das ações com públicos escolares depende da criação de um canal de comunicação efetivo entre os profissionais dessas instituições: o professor e o educador do museu. Um programa



A FAMÍLIA

Quando usamos o termo família, compartilhamos do entendimento da autora Denise Coelho Studart (2005) que afirma: “o conceito de família tem perspectiva ampla, isto é, que as relações familiares contemporâneas não se baseiam mais exclusivamente em laços de consanguinidade, mas também em vínculos de afinidade.”

educativo consistente é um grande diferenciador para museus e centros culturais. Programas educativos que contemplem a formação de professores, com palestras e visitas-guiadas, dão a oportunidade aos professores de prepararem seus alunos previamente à visita, o que sabemos aumenta muito as potencialidades educacionais desse momento.

São inúmeros os entraves que as instituições enfrentam para a criação e manutenção desses programas, além da dificuldade em fazer os professores usarem esse espaço. No entanto, as pesquisas e os relatos de museus que têm essas práticas institucionalizadas nos levam a defender a importância dessas ações na significação da visita por parte do público.

O QUE MAIS É IMPORTANTE SABER SOBRE ESSE GRUPO:

- Não desconsidere a excitação em relação à visita; para muitos, essa é a primeira e, muitas vezes, única visita que farão a uma instituição cultural.
- Tente estabelecer uma relação de parceria com o professor que acompanha a turma. Ele pode ser seu aliado tanto na disciplina do grupo quanto na apreensão de informações sobre suas características.
- Não desconsidere os vínculos afetivos entre os alunos. Pelo contrário, tente valorizar essa possibilidade durante a visita, promovendo momentos de conversa e troca de informações entre eles.

É fato que, em muitos casos, há uma demanda curricular por parte da escola em relação à visita, que deve ser explicitada e levada em consideração. Isso é um fator a mais para justificar o conhecimento prévio dessas interconexões, tanto pelo professor quanto pelo educador, facilitando a exploração dos temas e debates durante a visita.

É importante lembrar que impor uma lógica diretiva ao grupo pode empobrecer a visita. Os alunos valorizam e são estimulados pelo fato de poderem fazer suas escolhas dentro do museu: escolher o percurso, em que obras e objetos se deter mais tempo, que textos ler, o que perguntar etc. Valorizar esse comportamento é dar significado emocional e cognitivo à visita a esses espaços.

Públicos de pessoas com deficiência: a questão da acessibilidade

É fato, e lei, que os museus hoje em dia no Brasil devem promover acessibilidade física, sensorial e atitudinal. Mas mudanças efetivas nessa direção dependem de uma preocupação e de um investimento financeiro por parte da instituição. Para promover a acessibilidade em exposições, os museus e centros culturais devem, primeiramente, conhecer suas barreiras de acesso e, em segundo lugar, tentar eliminá-las⁶.

As barreiras físicas dificultam ou impossibilitam o acesso do visitante à exposição. Podem ser escadas, ou falta de alternativas a elas, corredores estreitos, portas, altura inadequada de balcões, mesas, textos e vitrines, entre inúmeras outras.

As barreiras sensoriais, por sua vez, dificultam ou impossibilitam a comunicação. Podem aparecer como ausência de informação, de escrita em braile ou de janela de libras (é um recurso utilizado em televisão/vídeo/filmes que possibilita ao surdo ou deficiente auditivo o acesso à informação na língua brasileira de sinais.). É fortemente recomendado por profissionais da área criar experiências táteis como maquetes, miniaturas, obras em relevo e toque de esculturas.

Já as barreiras atitudinais estão relacionadas à inclusão de pessoas com deficiências físicas e sensoriais na sociedade como um todo, como também nos espaços que promovem a cultura. A equipe dos museus e, principalmente, seus educadores, devem ser preparados para conviver com a diversidade. Para ultrapassar essa barreira, a própria instituição deve promover ações de sensibilização e conscientização sobre as diferenças existentes na sociedade. Tanto os educadores quanto toda a equipe devem estar bem instruídos em como se relacionar, conduzir e orientar esse público dentro das instituições.

Público adulto: em busca da identidade pessoal

Ao contrário do que podemos pensar, a ida a uma exposição é, para o visitante adulto, uma oportunidade para vivenciar diversas experiências cognitivas e afetivas, independente do conhecimento prévio que ele tenha sobre o assunto. A experiência pode ser de diferentes níveis, desde restrita a lidar com o aparato e ver o objeto ou a obra de arte, até ampliada, por meio de leitura de placas informativas e de acompanhamento em uma visita educativa. Ao buscar essas experiências, o visitante mostra estar interessado em mais informações sobre determinado elemento dentro de uma exposição.

6 A referência para essas ideias está no texto de Amanda Tojal (2010).

Elencamos, a seguir, quatro comportamentos diferentes que o público adulto pode ter em contato com uma exposição⁷:

- a experiência é muito mais emotiva do que cognitiva para o visitante, e tem a ver com a satisfação de estar no museu diante do objeto;
- o visitante entra em contato com uma informação rápida graças a uma observação ou à leitura de uma etiqueta;
- o visitante estabelece conexões pessoais, a partir do que foi observado na exposição, seja a maneira como funciona a instituição, seja sobre os objetos expostos;
- o visitante compreende conteúdos específicos sobre os assuntos abordados na exposição.

As pesquisas revelam que o adulto aprende, e gosta de aprender, quando vai a uma exposição. Entretanto, ele não irá, necessariamente, aprender aquilo que a equipe do museu ou centro cultural espera: os conteúdos e temas tratados na exposição. Os aprendizados que ocorrem estão, muitas vezes, relacionados a ressonâncias pessoais reveladas pelo objeto; permitindo que o adulto adquira novos conhecimentos sobre o que observou e lhe oferecendo ocasião de se autodescobrir, reforçando sua identidade pessoal.

A equipe do museu ou centro cultural deve, dessa forma, dar as bases intelectuais e a autonomia necessária para que o visitante adulto faça suas próprias conexões dentro da exposição.



APRENDER NAS EXPOSIÇÕES

O tema da aprendizagem em exposições de museus e centros culturais é um dos mais pesquisados entre os estudiosos dessa área. A investigadora Alessandra Bizerra (2009), fez um grande levantamento em seu trabalho de doutorado sobre como a aprendizagem nesses espaços é vista pelos que a estudam. A seguir, algumas de suas conclusões:

- A aprendizagem é um processo, não um produto. Ou seja, mais importante do que saber “quanto” o público aprende, é saber “como” ele aprende e quais aspectos do espaço expositivo colaboram e/ou interferem nessa aprendizagem.
- Para alguns autores a aprendizagem é basicamente um processo mental, ou seja ocorre quando estruturas existentes na mente de cada um são modificadas. Para outros, a aprendizagem é, antes de tudo, social, e depende da interação de cada indivíduo com os demais nos diferentes contextos.
- Diferentes aspectos estão presentes no processo de aprendizagem em exposições, para além dos processos cognitivos, envolvendo dimensões afetivas, motoras, sociais e lúdicas, influenciadas pela consciência, emoção, memória e percepção de cada visitante.
- O “voluntarismo” é uma das principais características da aprendizagem em exposições. Chamada pelo pesquisador norte-americano Jonh Falk (2001) de aprendizagem por livre escolha, representa a ideia de que o visitante, nas exposições, aprende porque quer.

7 Esses dados foram retirados do trabalho de Colette Dufresne-Tassé e colaboradores (2000).



Idosos: um público em potencial

No Brasil, os idosos são um público que ainda visita pouco os museus. Mas tal fato não ocorre da mesma forma em outros lugares do mundo. Em locais como EUA, Canadá e Europa, os idosos, além de serem um público assíduo, também fazem parte da equipe do museu ou centro cultural. Como muitos são aposentados, é comum que os idosos trabalhem voluntariamente em exposições, inclusive recebendo o público visitante como educadores.

A partir de alguns dados de pesquisas realizadas nesses lugares⁸, percebemos que a maioria dos idosos que visitam os museus fazem as visitas em grupos organizadas por instituições sociais, religiosas ou de saúde. O que significa que já são um grupo previamente organizado, com demandas e necessidades próprias.

Apesar de alguns fatores limitantes que podem aparecer com a idade — principalmente, os relacionados à mobilidade física —, o idoso é um público com a mesma capacidade de aproveitamento de uma visita que qualquer outro público adulto. Em relação à mobilidade física, pode ser conveniente dividir o grupo em alguns subgrupos — dos que têm mais autonomia aos que têm menos. Isso servirá para adequar as necessidades específicas de cada um desses subgrupos. Para alguns, as visitas completas e mais rápidas são ideais; para outros, as parciais, com maior número de paradas e momentos de descanso, são as mais adequadas, por exemplo.

Mais do que para qualquer outro público, valorizar suas experiências prévias é fundamental. Quando as perspectivas de futuro são incertas, apoiar-se nas memórias do passado é prática muito comum entre os idosos. Por isso, se uma visita educativa valoriza lembrar o passado e recon-

8 Bibliografias sobre o tema "o público idoso e os museus" não são muito fáceis de serem encontradas, principalmente, em língua portuguesa. Os dados aqui apresentados foram extraídos do número especial da revista americana *The Journal of Museum Education* — v. 9, n. 4, fall, 1984, dedicado, inteiramente, ao assunto.

textualizar fatos e histórias, ela pode ser muito valiosa para esses grupos. Nesse processo os museus podem contribuir muito para trabalhar com o lado cognitivo e emotivo desse público.

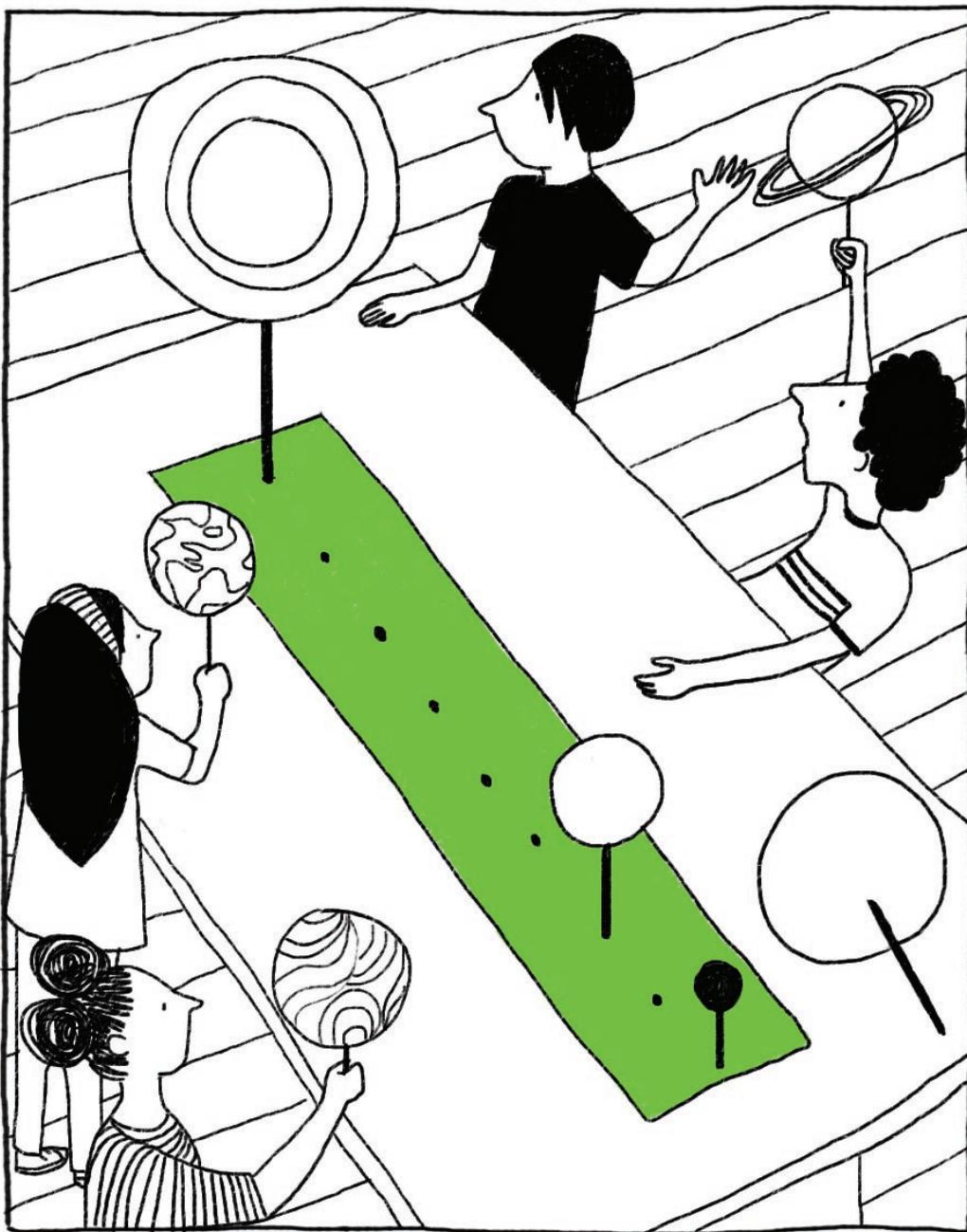
Explicitamos nesse capítulo que cada público tem suas características próprias. No entanto, quando montamos uma exposição, o objetivo é se comunicar de forma efetiva com todos eles. Essa comunicação está relacionada à experiência da visita na sua totalidade, desde o momento em que o visitante chega à instituição, compra o bilhete e entra até o em que vai embora. A experiência emocional e a experiência cognitiva têm igual importância e são inseparáveis na construção do significado e aprendizagem de determinado fato, contexto, conceito ou obra de arte. Para isso, ficam as dicas:

- Muitos grupos têm vínculos afetivos que antecedem ao momento da visita. Saiba aproveitar isso, estimulando as conexões pessoais para o melhor aproveitamento da exposição.
- Tente respeitar a agenda e as motivações do visitante, sem perder o foco da visita educativa.

Para compreender mais e melhor os seus públicos, preparamos dicas de leitura que vão ajudá-lo nessa tarefa. As indicações sobre esse tema estão ao final deste manual.

Você pode também fazer uma investigação sobre o perfil de público frequentador da sua exposição. Para isso, preparamos alguns instrumentos de pesquisa que você encontrará nas oficinas da página 62.





CAPÍTULO 3

A ação educativa nas exposições: como fazer o público aprender mais e melhor

VISITAS EDUCATIVAS, monitorias, visitas guiadas, aulas, cursos, peças teatrais, ateliê, livros e jogos — muitas são as possibilidades educativas que os museus e os centros culturais apresentam para os seus públicos hoje em dia. Frente a tantas opções, podemos ficar em dúvida sobre qual a melhor alternativa para os nossos visitantes. Nesse capítulo vamos explorar o papel das ações educativas nas exposições — suas principais características e opções mais comuns disponíveis em museus e centros culturais.

Como vimos no capítulo 1, as exposições têm uma longa história dentro dos museus e dos centros culturais. Elas promovem a interação dos públicos com objetos de diferentes naturezas — histórica, artística, científica e antropológica — que, juntos, compõem um discurso. Ou seja, a exposição constrói uma narrativa, por meio dos objetos e das linguagens de apoio — legendas, textos, imagens, vídeos e músicas — criando um ambiente tridimensional único e instigante.

Mas, assim como em um livro, devemos considerar que as exposições têm muitas interpretações possíveis. Uma delas é aquela proposta pela equipe que a concebeu. Pesquisadores de diferentes áreas do conhecimento, arquitetos, iluminadores, financiadores e outros profissionais envolvidos na concepção e montagem das exposições, colocaram de pé uma narrativa específica sobre os objetos selecionados. Outras interpretações surgem durante a visita do público, isso porque, como vimos nos capítulos anteriores, os públicos não são apenas receptáculos de informações. Eles são ativos, ou seja, trazem suas próprias

percepções e características (cognitivas, sociais e culturais), que influenciam a maneira como “leem” a exposição.

Dialogar com os visitantes, e com suas interpretações sobre a exposição, é um dos papéis que os educadores que trabalham em museus e centros culturais desempenham. As ações educativas são estratégias que permitem ao visitante entrar em contato com a perspectiva daqueles que conceberam a exposição; mas também permitem construir seus próprios significados sobre aquilo que se vê. Os educadores, por meio de suas ações e estratégias, têm o importante papel de dialogar com os diferentes públicos, negociando sentidos e ajudando na compreensão de novas perspectivas. Para se aprofundar nesse tema, você pode ler os capítulos 4 e 5.

Essa ideia do público como sujeito ativo, com o qual temos que negociar, é recente nos museus e centros culturais. Até os anos 1970, as ações educativas — e também as exposições — eram, em sua maioria, pensadas para a transmissão de conteúdos para o público. Pouco ou nenhum diálogo era estabelecido e, aqueles que não compreendiam os assuntos tratados nas exposições, tinham poucas oportunidades para expressar suas dúvidas. As exposições, principalmente as feitas pelos museus, eram assumidas como verdades absolutas, sobre as quais não cabia aos visitantes questionar.

Os setores educativos, presentes nos museus desde o final do século XIX, foram criados dentro da ideia de traduzir para o público aquilo que os responsáveis pelas exposições decidiam comunicar. Como vimos nos capítulos anteriores, o foco prioritário era a recepção ao público escolar em um período que, na Europa, projetos governamentais tornavam a escolarização obrigatória e as visitas a museus seu complemento natural. De recepcionistas do público escolar os educadores se tornaram, ao longo do século XX, figuras-chave na relação das exposições com os públicos.

Hoje os educadores têm um papel importante na leitura que o público faz dos objetos expostos. Isso porque, por meio das ações educativas, eles fazem uma verdadeira “curadoria educativa” da exposição. Ou seja, eles pro-



DE ONDE VEM A “CURADORIA EDUCATIVA”

A ideia de “curadoria educativa” está presente na prática educacional do Núcleo de Ação Educativa da Pinacoteca do Estado de São Paulo. Para saber mais sobre as ações educativas desenvolvidas nesse museu, você pode acessar o site da instituição (www.pinacoteca.org.br).

põem um diálogo educacional da exposição com o público que nem sempre irá apresentar os objetos da mesma forma que os idealizadores — curadores e pesquisadores — da exposição conceberam.

Atualmente muitas são as possibilidades criadas pelos educadores para dialogar com os públicos das exposições. Os objetivos dessas atividades variam de acordo com o tipo de museu e a formação da equipe. Por exemplo, no Museu de Arqueologia e Etnologia da Universidade de São Paulo (MAE-USP), um museu de ciências humanas, o objetivo geral das atividades educativas é promover a discussão sobre a diversidade cultural. Os educadores desse museu consideram importante incentivar a discussão desse tema para aumentar a tolerância e a compreensão entre os diferentes grupos humanos. Para isso, são feitas atividades para explorar os objetos das coleções de arqueologia e etnologia brasileiras, europeias e africanas de seu acervo. Essa exploração pode ser feita pela observação, pelo tato, pela resposta a perguntas dos educadores, pela confecção de desenhos e outras ações centradas na compreensão dos objetos expositivos. Nesse museu, a equipe responsável pela concepção das atividades é formada por historiadores com experiência em educação não formal.

Outro exemplo, bem diferente do primeiro, é o Museu de Astronomia e Ciências Afins (MAST). Ele faz parte do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação e tem como objetivo geral de suas ações educativas promover a divulgação das ciências para os seus públicos. Esse objetivo se materializa em ações, dentro e fora do museu, que abordam, de diferentes maneiras, temas científicos das áreas de Física, Química, Matemática e Astronomia. Mais do que lidar com as coleções, os educadores querem que seus públicos tenham mais autonomia e conhecimento sobre ciências. Os profissionais de educação desse museu têm formação diversificada, incluindo Física, História, Matemática e Biologia. Nos dois museus que mencionamos, os educadores também aprimoraram suas formações realizando estágios em outros museus e fazendo pesquisas sobre educação museal. Com isso eles conseguem aumentar as possibilidades de criação de atividades educativas mais adequadas para seus públicos.

ONDE SABER MAIS SOBRE AS AÇÕES EDUCATIVAS

Uma boa fonte de informações sobre as atividades educativas dos museus e centros culturais são os sites dessas instituições. Em muitos deles, além das informações básicas sobre os tipos e horários das atividades existentes, é possível baixar materiais didáticos que ajudam no planejamento da visita. As informações sobre o MAE-USP e o MAST, que estão neste capítulo, foram obtidas em conversas com os educadores dessas instituições, além de consultas aos sites (www.mae.usp.br e www.mast.br).

Vamos agora falar um pouco mais sobre as diferentes atividades educativas existentes nas exposições. Para facilitar a sua compreensão, vamos agrupá-las em dois grandes blocos: um primeiro, com atividades que necessitam da presença dos educadores durante sua realização, e um segundo bloco de atividades que acontecem sem a presença física do educador.

Atividades educativas realizadas com a presença dos educadores

Visitas educativas

Também chamadas de visitas guiadas ou visitas monitoradas, as visitas educativas são as atividades mais antigas e populares realizadas pelos educadores que trabalham em exposições. Segundo relatos, elas surgiram no século XIX e se popularizaram durante o século XX; principalmente, para a recepção de grupos escolares. Atualmente existem muitos tipos de visitas educativas em exposições, que acontecem para os mais variados públicos, em grupos que podem ser espontâneos ou agendados. Na essência, a visita educativa é um percurso realizado em grupo, acompanhado pelo educador, na qual ele apresenta a exposição por meio de uma mediação educacional. Os objetivos, formato e duração da visita educativa variam segundo a instituição, as características da exposição, do público visitante e da equipe educativa.

Acreditamos que esse tipo de visita é a mais importante estratégia educativa realizada em exposições. Não só porque ela tem um caráter histórico para os museus e centros culturais, mas, principalmente, porque ela é o momento no qual os educadores podem entrar em contato direto com o seu público. Quando falamos de educação, nós nos referimos também a uma relação de comunicação. Nessa relação, acontece um diálogo em que informações sobre diversos assuntos são trocadas — abordando temas como ciência, história, hábitos e valores culturais — de forma verbal ou não. Consideramos que esse diálogo pode acontecer por meio de diferentes suportes

O QUE É MEDIAÇÃO?

Nosso interesse, neste manual, está voltado à mediação humana, feita por educadores, em exposições. Consideramos que esse processo envolve a transformação dos conteúdos expositivos pelo educador com fins educacionais. Isso quer dizer, que o educador é ativo no diálogo entre a exposição e o público, ajudando e orientando a construção de significados pelo visitante. Segundo a pesquisadora norte-americana Leona Schauble, e colaboradores, (2002), para que ocorra uma boa mediação, o educador deve levar em conta não somente o assunto da exposição, mas como os visitantes pensam e quais são as suas expectativas em relação à aprendizagem nesses espaços. Em cada caso, portanto, segundo o público que aprecia a exposição, será feito um processo diferente de mediação.

e meios de comunicação, como a própria exposição de um museu ou centro cultural. Mas, pensamos também que essa comunicação acontece de maneira mais eficiente se o comunicador/educador estiver presente para escutar seu público. Dessa forma, ele pode modificar seu discurso, dialogando com os valores, expectativas e conhecimentos dos visitantes e tornando a visita um momento educacionalmente significativo para os participantes.

Voltaremos a esse assunto de forma mais detalhada nos capítulos 4 e 5 deste livro.

Cursos

Os setores educativos de museus e centros culturais realizam diferentes tipos de cursos. Dentre eles, podemos citar os cursos para professores (de todos os níveis de ensino) e educadores de grupos organizados (como os de grupos de terceira idade ou de adolescentes em situação de risco). Esses cursos, geralmente de curta duração, têm como foco apresentar a exposição antes que a visita do grupo aconteça. O objetivo é que o professor ou educador seja informado sobre as características da visita à instituição (horários, tipo de recepção, se existe espaço para lanche ou para a guarda de materiais, como é o acesso a estacionamentos, banheiros e demais serviços) e dos aspectos didáticos da visita (temas que serão abordados, locais da exposição a serem trabalhados, metodologia, atividades, materiais e tempo de duração). Com essas informações em mãos, o educador ou professor poderá preparar o seu grupo para que a visita seja um sucesso — tanto do ponto de vista prático quanto educacional.

Outro exemplo são os cursos de divulgação. Também chamados de cursos de extensão universitária — no caso dos museus ligados às universidades —, eles têm público variado. Sua função é fazer a divulgação das pesquisas e temas de interesse da instituição, que podem ou não ser relacionados às suas exposições.

Existem, ainda, os cursos de formação interna, ou de aprimoramento profissional. Em muitos casos, esses cursos estão sob a responsabilidade dos setores educativos. O objetivo é fazer com que os funcionários do museu ou centro cultural aprendam a se relacionar com os públicos visitantes, prestando um serviço de qualidade dentro e fora das exposições.





DIORAMAS: OS CENÁRIOS EXPOSITIVOS

Os dioramas são cenários, em três dimensões, que tentam representar um ambiente específico, natural ou não, dentro de uma exposição. Para isso são usados objetos originais juntamente com modelos ou réplicas feitas especialmente para a composição do cenário desejado. Segundo o pesquisador Adriano Dias de Oliveira (2010), os dioramas são muito comuns em exposições de museus de história natural e antropologia, recriando os ambientes naturais e humanos, e ilustrando um momento específico do tempo.

Ateliês, oficinas e salas de descobertas

É possível encontrar exposições em museus e centros culturais que dispõem de espaço para a realização de atividades práticas. Dependendo da tipologia da instituição — artes, história, biologia etc. —, e das características do espaço, essas atividades podem ser desde a confecção de uma obra artística até a realização de um experimento de química. Esses espaços podem ser conectados fisicamente à exposição, como as salas de descobertas, ou em espaços separados, como os ateliês e oficinas. O mais importante, é que as atividades realizadas nesses locais tenham uma conexão temática e de objetivos com a visita educativa feita à exposição.

Teatro e dramatizações

Crianças e adultos podem se divertir muito quando dramatizações são lançadas como um desafio para o grupo. Representar a cena de um quadro, um diorama, ou uma situação vivida por um personagem presente na exposição é uma maneira de os visitantes reinterpretarem o discurso expositivo, criando seus próprios sentidos e conexões com o tema da exposição. Essa técnica pode ser utilizada durante uma visita educativa ou como uma atividade isolada. O importante é que os educadores consigam deixar os visitantes à vontade, para que eles não se sintam embaraçados ou desconfortáveis durante a atividade.

Outra técnica teatral utilizada em exposições é a apresentação de esquetes teatrais. Nesse caso a apresentação é feita pelos próprios educadores ou por atores contratados e acontece em diferentes espaços — como na área de recepção, para motivar a pessoa à visita; ou ao entrar na exposição, para despertar o interesse por um tema específico.

Atividades culturais

Quando são associadas a exposições, as atividades culturais podem ajudar o público a se engajar nos assuntos abordados de forma viva e criativa. Aliando educação e diversão, a contação de histórias, a noite no museu, as gincanas e os clubes de férias são alguns exemplos de atividades culturais que podem acontecer em um museu ou centro cultural para promover e aprofundar os temas abordados em uma exposição. No geral, essas atividades são pensadas para os públicos infantil e familiar e podem acontecer dentro ou fora do espaço expositivo.

Atividades extramuros

Desde a década de 1970, quando os museus começaram a mudar — e aumentar — a relação com os seus públicos, os setores educativos passaram a oferecer atividades fora de sua sede. As atividades extramuros, como são conhecidas essas iniciativas, podem ser ou não acompanhadas pelas exposições. O objetivo principal é fazer com que a instituição, e seus assuntos de interesse, sejam conhecidos por pessoas que normalmente não têm acesso a esses locais. Atualmente, muitas dessas iniciativas estão dentro de programas de inclusão sociocultural dos museus e centros culturais. Esses programas levam atividades educativas, materiais didáticos e exposições até grupos de pessoas em situação de vulnerabilidade social (crianças, jovens ou adultos). Quando estão associadas a uma exposição específica, essas atividades têm o potencial de atrair novos visitantes para o museu ou centro cultural.

Atividades educativas para grupos específicos

Além dos grupos escolares, os educadores de uma exposição trabalham com outros tipos de grupos organizados — grupos de idosos, grupos com necessidades especiais, grupos familiares ou, ainda, grupos em situação de vulnerabilidade social. As atividades oferecidas são adequadas à faixa etária e procedência social dos visitantes. Elas buscam aprofundar temas pesquisados e expostos pela instituição e acontecem em horários previamente marcados.

Atividades educativas realizadas sem a presença dos educadores

Materiais impressos

A diversidade de materiais impressos feitas pelos setores educativos de exposições é impressionante. Guias expositivos, cadernos de atividades, materiais para o público escolar — professores e alunos — cadernos de passatempos etc. São muitas as possibilidades encontradas atualmente. Esses materiais podem ser distribuídos antes ou após a visita à exposição.

Quando entregue antes da exposição, o objetivo do material é ser uma espécie de guia educacional. Ele pode, dessa forma, propor atividades sobre a exposição, como perguntas sobre o que está exposto, brincadeiras e jogos. Além disso, pode também sugerir um percurso pela exposição, com paradas em vitrines e aparatos específicos, dentro da ideia de uma “curadoria educacional”. Já quando os visitantes recebem o material após a visita, o objetivo é aprofundar e relembrar o que foi visto durante o percurso. O material, dessa forma, irá propor atividades de pesquisa, jogos e informações complementares à exposição.

Um tipo de material impresso, bastante comum em museus e centros culturais, são aqueles destinados ao público escolar. O foco nesse caso pode ser tanto a preparação para a visita à exposição (no caso dos materiais entregues com antecedência, no curso para professores, por exemplo), quanto o aprofundamento ou síntese do que foi visto.

Kits de objetos

Os kits de objetos são uma estratégia educacional presente em várias exposições de museus e centros culturais, tanto no Brasil, quanto em outros países. Os kits são feitos com objetos originais ou réplicas para empréstimos a grupos organizados, normalmente escolares. Os professores retiram o kit



OBJETOS PARA SEREM TOCADOS

Os kits de objetos também podem ser utilizados pelos educadores durante as visitas educativas. Nesses casos os objetos são manipulados pelo público, ajudando-os a melhor compreender os objetivos da ação educativa. Além de satisfazerem um anseio natural por “tocar”, os objetos possibilitam sentir melhor a textura, o peso, a temperatura e outros aspectos dos materiais que os compõem. Em muitas exposições os educadores carregam os objetos durante a visita em bolsas a tiracolo. Em outros casos existem carrinhos móveis que circulam pela exposição ou caixas que guardam os objetos. Há experiências como essas também voltadas a grupos de pessoas cegas ou com baixa visão.

com os objetos antes ou depois da visita a exposição, para preparação ou aprofundamento dos temas abordados. Além dos objetos, os kits trazem também um material de apoio com ideias de atividades e estratégias para sua utilização.

Site

A construção de sites especiais para promoção de exposições é uma prática bastante comum hoje em dia. Dentro do ambiente virtual os educadores têm espaço para construir diferentes formas de interface educacional, desde textos de aprofundamento e fichas de atividades para o público escolar, até jogos e aplicativos interativos para o público em geral. O alcance educacional desse tipo de estratégia pode ser muito grande, desde que seja bem executada e mantida atualizada.

Os exemplos que trouxemos aqui obviamente não esgotam as possibilidades educacionais realizadas pelos educadores em exposições. Jogos, improvisações, competições de perguntas e respostas, recursos audiovisuais e interativos — muitas são as estratégias desenvolvidas nas exposições para criar um ambiente educacional entre o público e a narrativa exposta. Este é o grande trunfo de uma exposição: por não existirem provas, diplomas ou mesmo um horário pré-estabelecido que os visitantes devam permanecer na exposição, os educadores têm uma ótima oportunidade para exercer sua criatividade, criando novas e ousadas formas de trabalhar com o tempo, o espaço e o objeto — e, claro, o público.





CAPÍTULO 4

O educador e a visita educativa nas exposições: primeiros passos

OS EDUCADORES DE MUSEUS são responsáveis por acolher o visitante e fazer com que sua experiência no espaço expositivo seja significativa e prazerosa. Seu papel pode ser fundamental para aproximar o público dos temas, objetos, ideias e representações dos organizadores da exposição. Como já dissemos o educador é a “voz” e o “ouvido” da instituição, pois é ele que lida diretamente com o público. É ele quem ouve o que o visitante tem a dizer sobre aquilo que está observando. É também ele que, por meio das atividades educativas, fala a respeito da exposição e da instituição como um todo.

Muitos nomes para uma profissão só

Os educadores de museu e centros culturais realizam atividades de atendimento ao público, além de muitas outras relacionadas à própria concepção e ao funcionamento das exposições. Os nomes que recebem em diferentes instituições nos dão uma ideia da sua diversidade de funções, tarefas e práticas:

EDUCADOR **MODERADOR** **Apresentador**
Mediador **GUIA** **Explicador** **FACILITADOR**
Informador **ANIMADOR**
Monitor **Demonstrador**

De fato, receber os visitantes, esclarecer dúvidas, acompanhar os grupos na exposição, explicar conceitos, manter o público interessado naquilo que se observa, dar informações sobre os mais variados assuntos, apresentar salas e atividades são parte do trabalho de um educador que atua em exposições. Diga-se de passagem, que são apenas parte de suas funções, pois além de acolher e acompanhar o visitante, os educadores podem se envolver na idealização de programas educativos e exposições, no desenvolvimento de pesquisas, na participação de encontros de formação e na realização de tarefas puramente administrativas — tais como atender o telefone, receber pagamentos e agendar grupos de visitantes.

O que se espera, então, de um educador que atua em exposições de museus e centros culturais? Não temos uma única resposta para essa questão, pois percebemos que esses profissionais lidam, diariamente, com inúmeras tarefas e, muitas vezes, lançam mão da improvisação.

As variadas atividades que os educadores realizam, bem como o seu enfoque e as estratégias para desenvolvê-las, fazem com que a forma como se veem seja também diversa. É por isso que alguns educadores se identificam como professores de escola, outros como comunicadores, especialistas ou, ainda, apenas como curiosos ou amadores⁹.

Dados de pesquisas realizadas no Brasil nos ajudam a saber mais sobre o perfil desses profissionais. Nos museus e centros culturais brasileiros, a maioria dos educadores que trabalham em exposições são estudantes de ensino médio ou graduação — com idade entre 17 e 27 anos —, que realizam um trabalho temporário na instituição e são remunerados com bolsas de estudo ou horas de trabalho. Algumas instituições, como os museus interativos de ciências, preferem estudantes universitários com formações ou áreas de concentração específicas. É comum que esses museus busquem alunos de cursos como Física, Biologia, Química, Geografia e Matemática por conta dos assuntos das exposições e da necessidade de operar alguns equipamentos.

E o que dizer sobre a profissionalização dos educadores? Mesmo quando têm um papel importante na interface entre as coleções, as informações, a cultura do museu e os visitantes, nem sempre eles são reconhecidos como profissionais nesses espaços. Isso pode estar relacionado à falta de padronização de seu “status” dentro da instituição. Dependendo das condições e da estrutura do museu ou centro cultural, os educadores podem ser voluntários, estagiários, trabalhadores ocasionais ou funcionários permanentes; podem

⁹ As informações sobre como os próprios educadores percebem sua identidade profissional foram retiradas do artigo de Elsa B. Bailey (2006).

trabalhar período integral ou parcial, todos os dias ou alguns dias por semana. Se por um lado essa situação traz problemas para enxergarmos o educador que atua em exposições como um “profissional”; por outro ela oferece uma riqueza, pois permite a criação de equipes mistas. Dessa forma, pode-se reunir estagiários, que tragam novas ideias e formatos para as atividades desenvolvidas, e profissionais vinculados de forma permanente, que possam manter as atividades existentes¹⁰.

Além de entusiasmo e interesse, é preciso ter uma formação

Os educadores que trabalham em exposições de museus e centros culturais têm formação muito diversa. Por isso, é muito importante ter clareza sobre a proposta da equipe educativa da instituição, de quais são os objetivos de sua prática e da interação com os visitantes. Os locais para construir esses saberes são os cursos de formação. Muitas vezes, esses cursos são realizados pelo próprio museu do qual o educador faz parte.

Da mesma forma que o “status” dos educadores é variado, a estrutura e as características dos cursos de formação também são diversos. De fato, diferenciam-se conforme os objetivos próprios de cada instituição. Alguns espaços acham que o mais importante são os conteúdos. Dessa forma, entendem que seus educadores devem explicá-los e “transmiti-los” aos visitantes da forma mais completa possível. Outros espaços preferem apostar na autoformação. Isso é, se valem da experiência que o educador acumula na sua prática e na relação com os outros educadores. Também existem situações em que se aposta na relação aprendiz-mestre, contando com o conhecimento dos educadores mais experientes para a formação dos educadores mais novatos. A formação também poder ser feita com base em estudos na área de educação em museus e exposições.

Para ilustrar como acontece a formação de educadores, selecionamos exemplos de alguns museus e centros culturais brasileiros. Os dados apresentados foram retirados dos livros “Diálogos e Ciência: Mediação em Museus e Centros de Ciência” (2007, Museu da Vida), “Workshop Sul-America-

¹⁰ Esses e outros aspectos da profissionalização de educadores de museu foram retirados do texto de Paola Rodari e Matteo Merzagora (2007).



MUSEU / CENTRO CULTURAL

PERFIL DO EDUCADOR

TENDÊNCIAS DA FORMAÇÃO

ASSUNTOS TRABALHADOS NA FORMAÇÃO

OUTRAS CARACTERÍSTICAS DA FORMAÇÃO

MUSEU DA LÍNGUA PORTUGUESA

São Paulo

Estudantes universitários
Temporários

- Propiciar discussão dirigida e descoberta orientada.
- Estágio no espaço e acompanhamento de visitas em grupo feitas por educadores.

- Atendimento ao público; saberes relacionados ao autor homenageado na exposição temporária.

MUSEU DE ASTRONOMIA E CIÊNCIAS AFINS

Rio de Janeiro

Estudantes universitários

- Formação na ação baseada na troca entre pares e participação em cursos e palestras.

- Temáticas da exposição; educação não formal; mediação.

- Bolsas de estágio e iniciação científica.
- 20 horas condensadas em 5 dias.

INSTITUTO BUTANTAN

São Paulo

Profissionais de nível superior

- Formar a equipe para atuar nos museus do Instituto Butantan.
- Discutir o aperfeiçoamento e a criação das estratégias educativas.
- Estimular a troca de informações entre os educadores.

- Pedagogia museal; história dos museus de ciências; aprendizagem em museus; concepção de atividades educativas; estudos de caso de setores educativos de excelência.

- Formação contínua: 4 horas por semana.

SERVIÇO SOCIAL DE COMÉRCIO

(unidade Itaquera)

exposição temporária "Energia — do Big Ben ao Sol Artificial!"

Profissionais de nível superior

- Formar a equipe para a atuação educacional na exposição temporária.
- Conceber, coletivamente, as estratégias educativas a serem usadas na exposição.

- Assuntos específicos abordados na exposição; diferenças entre educação formal, não formal e informal; pedagogia museal; história dos museus de ciências; aprendizagem em museus; modelos de comunicação pública da ciência; concepção das estratégias educativas.

- 126 horas de curso.

no e Escola de Mediação em Museus e Centros de Ciência editado" (Museu da Vida, 2008), além da nossa experiência como formadoras de educadores de exposições.

Uma função muito importante que os educadores têm é a capacidade de mostrar o valor público da instituição que representam. Nesse contexto, eles se tornam o elo de ligação entre a comunidade e as instituições. Por isso é tão importante que saibamos quais são as necessidades dos diferentes públicos, além de termos em mente o que é e como acontece a educação em museus e exposições.

Acreditamos que, para saber se relacionar com os visitantes e identificar suas necessidades, é preciso se preparar. Esse preparo não se relaciona apenas aos conteúdos das exposições, mas também à pedagogia museal e à própria prática dentro do espaço. Como conseguir isso com um único curso de formação? Esse pode ser um grande desafio para muitas instituições e é por isso que defendemos a ideia de que, além do curso de formação, os museus e centros culturais façam encontros de formação continuados. Seguem aqui algumas dicas de conteúdos e atividades que podem ser trabalhados nesses encontros:

- Leitura e discussão de textos sobre educação em museus e exposições (pedagogia museal);
- Apresentação e reflexão de experiências educativas realizadas em outras exposições;
- Criação e uso de espaços para compartilhar dúvidas e experiências dos educadores (cadernos de anotações, diários de atividades, blogs, entre outros);
- Troca de informações com os visitantes em outros espaços além da exposição (como o site da instituição);
- Envolvimento dos educadores em pesquisas desenvolvidas no espaço, como pesquisas de perfil de público;
- Envolvimento dos educadores em processos de avaliação da instituição e das exposições.



Modelos de visitas educativas

Existem diferentes maneiras de pensar a formação dos educadores —, que, é claro, tem uma relação direta na forma como acontecem as práticas educativas nas exposições e as estratégias de comunicação e interação com o público. Para que possamos refletir com mais facilidade sobre esse assunto, três perguntas básicas vão nos orientar a caracterizar os modelos de visitas educativas:

▪ PARA QUEM COMUNICAR? ▪ O QUE COMUNICAR? ▪ COMO COMUNICAR?

Em muitos museus e centros culturais existe a ideia de um visitante “leigo”, que desconhece os assuntos da exposição. Nesses locais o educador tem a tarefa de transmitir informações que possam preencher esses vazios de conhecimento. Como ele vai fazer isso? Conduzindo uma visita educativa passiva, na qual o público recebe as informações fornecidas por ele. Ou seja, a visita e as atividades são baseadas somente no discurso do educador. Após fazermos uma visita como essa, concluímos que a formação recebida pelo educador teve como foco os conteúdos específicos da exposição.

Em outros casos a equipe educativa tem uma visão diferente sobre o público, na qual os saberes e vivências dos visitantes são os elementos fundamentais para o educador construir a visita. Ou seja, em vez de considerar o visitante um “leigo”, o educador parte do princípio que ele já tem um conhecimento de mundo — relacionado direta ou indiretamente aos temas e objetos expositivos —, e que é necessário dialogar com esse conhecimento para construir uma boa visitação. Essas visitas seguem um modelo participativo, capazes de gerar um verdadeiro diálogo entre o educador e o visitante. Para conseguir construir esse tipo de visita, o educador deve ter uma formação sobre os conteúdos específicos da exposição, assim como sobre a pedagogia museal.

Para facilitar a visualização desses modelos de comunicação (passivo e participativo)¹¹, vamos, a seguir, caracterizá-los em diferentes tipos de visitas educativas.

¹¹ Estes modelos de visitas guiadas são descritos por Alison Grinder e Sue McCoy (1985). Questões relacionadas à origem e aos tipos das visitas guiadas são discutidas no trabalho de Denise Grispun (2000).

A visita-palestra

Esse tipo de visita é focada, principalmente, na fala do educador — ele oferece informações aos visitantes e responde a suas dúvidas. A ideia é apresentar o espaço expositivo como um todo. Para isso o educador estabelece um “trânsito” relativamente rápido de um objeto, equipamento ou espaço expositivo a outro.

Públicos-alvo: É comum que a visita-palestra aconteça com grupos escolares de adolescentes ou adultos, uma vez que costuma ter um tempo marcado para iniciar e terminar. Ela acontece, também, com públicos especializados quando o próprio curador ou pesquisador, responsável pela concepção da exposição, realiza a visita e apresenta a exposição.

Modelo de comunicação: esse tipo de visita está associada a um modelo passivo de comunicação, justamente por estar centrada na fala do educador. De fato, observamos que é comum para os educadores usar um discurso pré-elaborado que pode mudar ligeiramente em função de questões levantadas pelo público.

Acreditamos que um dos desafios desse modelo é a pouca interação com os visitantes. Essa interação pode aumentar se, por meio das perguntas feitas pelo público, reconsiderarmos nossas posturas e interpretações para “reinventar” o discurso.



A discussão dirigida

Como o seu nome indica, nesse tipo de visita discussões que envolvem temas, objetos e espaços expositivos são sugeridas pelo educador. O objetivo principal é estabelecer um diálogo com os visitantes. Para isso as informações não são dadas como um discurso contínuo; pelo contrário, são oferecidas com intervalos apropriados para permitir perguntas, respostas e falas por parte do público nos diferentes espaços expositivos.

Públicos-alvo: este tipo de visita pode ser utilizada com todo tipo de público.

Modelo de comunicação: este tipo de visita é associada a um modelo participativo, uma vez que convida à interação em diferentes níveis: educador-visitante e visitante-visitante. O principal desafio para o educador é conseguir alimentar a discussão a partir das intervenções e dos saberes do público; isto é, incorporar elementos novos às questões colocadas ao longo da visita.

A descoberta orientada

A proposta desse tipo de visita é oferecer aos visitantes ferramentas e atividades estruturadas para que eles mesmos definam seu percurso na exposição. Um problema, uma hipótese ou um desafio possíveis de serem resolvidos podem ser o “gatilho” para iniciar a visita — dependendo, fundamentalmente, do interesse do público. No processo de busca e descoberta de respostas para a questão levantada (que pode acontecer ao longo de toda a exposição ou apenas em alguns espaços), o visitante conta com apoio do educador, que pode dar informações, estimular discussões, lançar novas perguntas etc.

Públicos-alvo: todo tipo de público. Esse tipo de visita pode ser muito interessante para crianças e adolescentes.

Modelo de comunicação: como no caso anterior, este tipo de visita pode ser associada a um modelo de comunicação participativo, uma vez que ele acontece a partir das demandas dos visitantes e não da fala do educador. O principal desafio é a formulação de questões instigantes e apropriadas para cada tipo de público, que possam, de fato, propiciar a exploração, o interesse, a interação e participação dos visitantes.

Apresentamos aqui as possibilidades e os desafios de três tipos de visitas educativas, sendo algumas mais passivas e outras mais participativas. Acreditamos que, a partir desses, você possa propor outras variantes, pensando, inclusive, no trânsito entre elas e entre os modelos de comunicação que as caracterizam. Para isso é importante refletir sobre os objetivos da visita, suas possibilidades e seu público-alvo: essa é a chave para decidir qual é o melhor modelo ou a melhor combinação de modelos para sua visita. No próximo capítulo falaremos mais sobre como organizar uma visita educativa.



DIFERENTES CONTEÚDOS, DIFERENTES SABERES

A ideia de organizar o conhecimento em três dimensões de conteúdos — conceituais, procedimentais e atitudinais — é do pedagogo espanhol Cesar Coll (2000).

E O QUE SÃO ESSAS DIMENSÕES?

Os conteúdos conceituais são os fatos, conceitos e princípios. Por exemplo, uma definição de célula em uma exposição sobre a vida, em um museu de ciências, é um conteúdo conceitual. Da mesma forma, uma explicação sobre o que levou os tropeiros paulistas a utilizarem mulas no transporte entre as minas e o litoral, durante os séculos XVIII e XIX, em uma exposição sobre a cultura caipira, é um fato.

Já os conteúdos procedimentais são relacionados às técnicas, às estratégias, aos métodos e às destrezas. O reconhecimento da diferença entre os materiais dos quais são feitos os objetos em uma exposição ou a reinterpretação de um quadro na atividade de finalização de uma visita, são conteúdos procedimentais possíveis de serem trabalhados em um museu ou centro cultural.

Os conteúdos atitudinais norteiam os processos cognitivos, perceptivos e afetivos. É por isso que eles vão além das exigências comportamentais, como não gritar nem correr em uma exposição, respeitar as regras de segurança etc.

Obviamente esses conteúdos não significam muita coisa se não estiverem conectados com a realidade dos visitantes. Ou seja, a transformação desses conteúdos em aprendizados (*saber, saber fazer e saber ser*) só é possível se houver interesse e participação ativa do público.



CAPÍTULO 5

Como realizar uma visita educativa de qualidade?

A PERGUNTA TÍTULO DO CAPÍTULO é a motivação por trás da escrita deste livro. Em nosso trabalho como educadoras em exposições, ou como formadoras de educadores, sempre nos deparamos com a mesma questão. Afinal, com tantas exposições, tratando de assuntos tão diferentes com educadores que têm origens e formações completamente heterogêneas, como é possível pensar em um modelo eficaz para a visita educativa?

Uma primeira dica para vencer esse desafio é partir do princípio de que a exposição é um local onde pode ser feita uma mediação educacional. Isso quer dizer que a visita deve ser planejada da mesma forma que um projeto educativo; ou seja, com objetivos, estratégias, seleção de conteúdos e formas de avaliação. Esses são os elementos a se considerar no planejamento de uma visita que seja específica para a realidade de cada espaço expositivo.

Para conseguir desenvolver todos esses itens, você deve levar em consideração os temas que tratamos nos capítulos anteriores: como se dá a comunicação nas exposições, as características da pedagogia museal, os diversos tipos de público e seu comportamento, as estratégias educativas em exposições e o perfil do educador. Esses assuntos vão orientar a construção de uma visita educativa de qualidade em seu museu ou centro cultural.

Para começar: os objetivos

A primeira pergunta que, normalmente, nos fazemos quando estamos começando um novo projeto é: o que queremos com essa ação? Deixar nosso objetivo claro é o passo inicial que guiará nossas ações ao longo da concepção e execução do projeto. Além disso, devemos perguntar *o que o público deve saber ao final da visita à exposição?*

Esse “saber” não é restrito a conteúdos conceituais — fatos, conceitos, definições e princípios — mas envolve também conteúdos atitudinais e procedimentais (para saber mais sobre os conteúdos consulte o texto da página 51). Da mesma forma, esse saber não é limitado àquilo que queremos, mas, também envolve os conhecimentos e expectativas trazidas pelo público. A visita deve ser sempre imaginada como um diálogo entre a exposição, o educador e o público.

A definição de objetivos ajudará você a construir seu diálogo com o público na exposição. Para começar a pensar nos objetivos, você deve ter um público específico em mente — idosos, famílias, crianças. Os objetivos devem ser pensados de acordo com as características desse grupo — faixa etária procedência social, interesses e expectativas.

Outro elemento importante é selecionar poucos objetivos, já que o tempo da visita, como vimos, é de uma hora em média. Isso quer dizer que não podemos esperar que o público saiba tudo sobre uma determinada exposição ao fim de uma única visita educativa.

A visita educativa deve ser encarada como uma leitura, das muitas possíveis, dentro do circuito expositivo. Ela permitirá ao público conhecer alguns aspectos da exposição, estimulando e possibilitando novas leituras em futuras visitas.

bilheteria



Veja, a seguir, alguns exemplos para facilitar o seu entendimento

Tema da exposição: Energia

Público-alvo da visita educativa: Alunos do Ensino Médio (de 15 a 17 anos)

Objetivo da visita educativa: Os visitantes devem, ao final da visita, compreender a importância dos processos que envolvem energia em nossas vidas.

Como esse objetivo é muito amplo, para conseguir cumpri-lo, pensamos em algumas etapas.

- Mostrar a importância do sol como a fonte primária de energia.
- Mostrar que a energia do sol pode ser incorporada aos seres vivos por meio da fotossíntese, formando matéria orgânica.
- Discutir sobre a obtenção de energia através dos alimentos (matéria orgânica), trabalhando também a ideia de ciclo.
- Selecionar dois exemplos de fontes de energias que impactam as nossas vidas, a fim de serem apresentados e discutidos do ponto de vista dos valores e atitudes coletivas e individuais.

Tema da exposição: Arte brasileira

Público-alvo da visita educativa: Idosos

Objetivo da visita educativa: Os visitantes devem, ao final da visita, saber identificar a pintura do retrato no século XIX.

Para chegar até esse objetivo, elaboramos as seguintes etapas:

- Fazer a leitura de imagem de um retrato do século XIX.
- Comparar dois ou mais retratos do século XIX, observando as características percebidas durante a leitura de imagem.
- Comparar retratos de diferentes épocas e técnicas de fabricação.
- Encontrar outros retratos na exposição com as mesmas características dos retratos do século XIX.

Como você pode perceber escrevemos apenas um único objetivo por exposição e as etapas são os passos para se chegar até o objetivo. Para pensar nelas você deve ter em mente a narrativa expositiva. Ou seja, as etapas devem respeitar as possibilidades apresentadas pela exposição: temas que podem ser trabalhados, locais de parada com o público, assuntos que podem ser abordados a partir dos recursos da exposição (objetos, textos, imagens, vídeos).

As estratégias: negociando e dialogando com o visitante

É muito importante que, ao pensar nos objetivos, você não se esqueça que, na visita educativa em exposições, quem decide o que e como fazer é o visitante. Isso não significa que você deva abandonar seus objetivos, mas negociar com o visitante aquilo que vai ser visto na exposição. Para isso você deve lembrar, como vimos no capítulo 3, das características de cada público, bem como levar em consideração o que ele quer ver ou saber da exposição.

E como isso deve ser feito?

Uma boa estratégia é usar o seu objetivo como um desafio para o público. Você pode propor para o seu grupo uma ou duas perguntas logo no início da visita. Essas perguntas, elaboradas a partir dos seus objetivos, guiarão o processo de descoberta que você fará, junto com o grupo, ao longo da exposição (ver os modelos de visitas educativas no Capítulo 4).

Mais importante do que encontrar a resposta correta, é prestar atenção às possíveis interpretações sobre os conteúdos da exposição trazidas pelos visitantes. Lembre-se: outras interpretações são possíveis. Um mesmo objeto pode permitir diferentes leituras, conforme o que já sabemos ou estamos aprendendo no momento da visita.

A questão é que, quando abrimos a possibilidade do diálogo com o público, seja por meio de perguntas ou estratégias como aquelas vistas nos capítulos 3 e 4, o imprevisto pode acontecer. Para se preparar para isso, dois elementos são imprescindíveis:

Domínio dos conteúdos da exposição

É muito importante que você saiba, exaustivamente, os assuntos da exposição. Não somente quais objetos estão expostos, mas o que são e que significado eles têm dentro da narrativa expositiva. Os nomes corretos, materiais dos quais são feitos, tecnologia empregada para sua fabricação, significados para aqueles que os produziram, contexto social em que foram produzidos etc. Esses são conteúdos importantes em exposições baseadas em objetos, como em museus de história ou antropologia. O funcionamento correto dos equipamentos interativos e os conceitos científicos que eles expressam são conteúdos que o educador deve saber em uma exposição interativa de ciências. Dominando o discurso expositivo, você se sentirá mais seguro para: (1) dialogar com os significados e as interpretações trazidos pelos visitantes,

(2) improvisar estratégias e (3) estabelecer limites relacionados aos seus próprios saberes, podendo indicar onde e como procurar mais informação caso os visitantes lhe façam perguntas que ultrapassem seu conhecimento.

Domínio do circuito expositivo

Saber quais vitrines e objetos atraem mais determinados visitantes, o tempo que levará para percorrer a exposição de acordo com os seus objetivos, quais os melhores locais de parada com o seu grupo para não atrapalhar os demais visitantes. Esses são elementos importantes que o educador deve dominar para a organização da visita educativa.

Além do domínio dos conteúdos e do percurso da exposição, o educador deve ser capaz de fazer boas perguntas para seu público ao longo da visita e instigá-lo a gerar outras. São as boas perguntas, do educador e do público, que fazem o diálogo educacional acontecer. Elencamos, a seguir, alguns tópicos que podem ajudá-lo a elaborar e a estimular questões:

Leve em consideração os conhecimentos prévios dos visitantes

Perceber o que o visitante já sabe sobre o assunto da exposição é fundamental para conseguir elaborar perguntas estimulantes. Caso comece a fazer perguntas irrelevantes ou óbvias o visitante rapidamente irá se desinteressar em participar ativamente da visita.

Faça perguntas que possam ser respondidas

Em uma exposição o objetivo principal é sempre estar em contato com os objetos. As perguntas devem, portanto, estimular essa observação, relacionando-se com os atributos dos objetos, tanto físicos como contextuais. Cor, *design*, tamanho, estrutura e motivos de decoração são características que geram boas perguntas e respostas. Para isso, você deve fazer perguntas precisas, de modo que os visitantes possam respondê-las olhando os objetos. Por exemplo, em uma exposição sobre louças da época do café você pode estimular uma discussão sobre a relação entre o *design* de pratos e o seu uso. Para permitir que a observação seja feita de forma precisa, você pode fornecer informações que levem o visitante a observar em cada vaso a sua utilidade, deduzindo essas informações de seu formato, decoração, tamanho etc. Perguntas sobre o contexto sociocultural de fabricação e uso dos vasos podem ser estimuladas em um segundo momento, conforme o nível de compreensão e aprofundamento desejado para a visita.

Faça diferentes tipos de perguntas

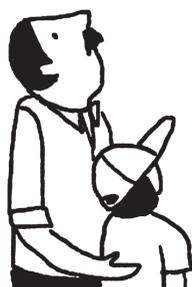
O desenvolvimento de uma visita educativa pode ser feito por meio de diferentes tipos e níveis de questões¹². As perguntas podem ser sobre fatos passados convergentes (com apenas um tipo de resposta), divergentes (com vários tipos de resposta possíveis, estimulando uma discussão) e de julgamento (baseadas nos valores de cada pessoa). Os níveis, por sua vez, podem ir desde a simples nomeação de um objeto, passando pela discriminação, classificação e inferência, até a emissão de julgamentos.

Lance mão de analogias e metáforas

Estabeleça comparações com aquilo que o público já conhece para explicar conceitos e contextos de uso diferenciados. Em uma exposição sobre temas científicos utilizar analogias e metáforas com objetos e fenômenos cotidianos pode ser de grande ajuda.

Tenha paciência

Nem sempre a pergunta que você fez vai gerar a resposta que você espera. É muito importante que você crie um ambiente de confiança para que o visitante se sinta à vontade para falar, fazendo seus próprios questionamentos e dialogando com você e com os demais visitantes. Outro ponto importante é saber esperar pelas respostas. Você deve aguardar alguns segundos para que o visitante possa processar a pergunta e pensar em uma resposta. Também é importante considerar que nem sempre, nas primeiras perguntas que você fizer, o visitante se sentirá confiante o suficiente para lhe responder.



¹² Existem muitas outras classificações possíveis sobre os tipos e níveis de questões, dependendo do assunto a ser tratado: artes, história, biologia etc. Essas categorias são das educadoras norte-americanas Susan Grinder e Sue McCoy (1985).

Os momentos da visita educativa

Para a melhor organização da visita educativa você deve, além dos objetivos e estratégias, planejar os diferentes momentos que a compõem. Para o público, a visita à exposição começa com a decisão de conhecê-la. Todo o planejamento, facilidade ou dificuldade em encontrar as informações necessárias, locomoção até à exposição, estacionamentos, venda de ingressos e entrada no local são parte da experiência expositiva do visitante. Quando ele, finalmente, lhe encontra para o início da visita educativa, já tem uma impressão inicial formada sobre aquele ambiente e a qualidade dos serviços prestados. Essa impressão irá, geralmente, influenciar — de maneira positiva ou negativa — sua disposição em fazer parte de uma experiência educacional.

O **acolhimento** na visita educativa é o momento de você conhecer a opinião desse visitante, tanto sobre a sua experiência de visita, quanto outros assuntos fundamentais para que você o conheça um pouco mais. Como já apontamos, conhecer o visitante, suas necessidades, expectativas e conhecimentos prévios é fundamental para que você consiga estabelecer um diálogo. E no que mais devemos prestar atenção durante o acolhimento?

- Não se esqueça de se apresentar, informando o seu nome e o que faz na exposição.
- É muito importante dizer o que vai acontecer na visita: se toda a exposição vai ser vista ou se será um roteiro específico com algumas paradas; em quanto tempo a visita será feita; se acontecerão atividades e em que momento. Esclarecer ao público sobre os momentos da visita ajuda a diminuir sua ansiedade, fazendo com que relaxem e aproveitem melhor o que vai acontecer.
- Como dito, esse é o momento de identificar as principais características do grupo de visitantes: de onde eles vêm? Que idade têm? Quais suas características sociais? O que já sabem sobre a exposição? E sobre seus conteúdos? Já visitaram outras exposições antes? Estão ansiosos?
- Aproveite para fazer alguns questionamentos sobre o que será visto, no intuito de que o visitante colete dados, informações e impressões durante a visita.

O **desenvolvimento** da visita, por sua vez, deve ter como foco principal a observação do que está exposto. Utilize os próprios recursos que a exposição oferece, chamando a atenção para textos, etiquetas, imagens, aparatos e objetos. Lembre-se: o momento da visita deve ser de descoberta de novas informações e de observação. Isso implica que a visita educativa não esteja centrada na fala do educador nem em explicações extensivas. Algumas estratégias, além das que vimos no capítulo 3 e 4, podem ser utilizadas para isso:

- Apresente, brevemente, uma área específica da exposição e, em seguida, convide o grupo a observar, livremente, a área por até cinco minutos. Em um segundo momento, discuta com o grupo o que foi visto, o que chamou mais a atenção durante essa observação e por quê.
- Organize momentos de leitura dirigidos. Para isso você pode convidar um visitante a ler um trecho de um painel e propiciar uma conversa do grupo a respeito. Outra possibilidade é fornecer explicações curtas sobre assuntos-chave e, em um segundo momento, convidar o grupo à leitura livre de painéis ou à observação de objetos relacionados com o que foi dito.
- Promova debates ao redor de temas polêmicos e controversos, explorando as diferentes posturas que o público pode ter.
- Além de encenações e improvisações, que podem ser feitas em grupo, lance mão de outras linguagens, como poesia, música, contação de histórias etc.

Toda visita educativa deve ter uma **finalização** adequada. Além de agradecer a presença de todos, despedir-se e convidá-los a retornarem com a família e os amigos, você deve revisitar os assuntos e os objetos que chamaram a atenção durante o percurso. Isso pode ser feito, por exemplo, lembrando as perguntas realizadas do início ao fim do trajeto:

Como o grupo se aproximou dos questionamentos propostos?

Que informações e dados conseguiram coletar ao longo da visita?

O que lhes chamou mais atenção?

Do que mais gostaram?

A experiência de visitar uma exposição em um museu ou centro cultural pode ser transformadora, já que coloca o visitante em contato com narrativas e possibilidades somente encontradas nesses espaços. Acreditamos que o aprofundamento proporcionado pelas ações educativas aumenta ainda mais essas possibilidades, podendo tornar o visitante um frequentador de espaços culturais, ampliando seu acesso aos diferentes fluxos culturais do mundo contemporâneo.

Como dissemos no início, o objetivo desse manual é ampliar as possibilidades de diálogo dos educadores de museus e centros culturais com seus públicos. Nosso foco foi apresentar os resultados de pesquisas feitas, no Brasil e no exterior, bem como, a nossa experiência de pesquisa e prática na área, sugerindo um “caminho das pedras” frente a muitas outras práticas possíveis. Como dissemos, as exposições são locais para o exercício da criatividade e do diálogo; e, dessa forma, não temos dúvidas da capacidade dos educadores em encontrarem novos e criativos caminhos para sua prática profissional cotidiana. O que apresentamos aqui deve ser, antes de tudo, encarado como um dos muitos caminhos possíveis para a prática educacional em exposições.



Oficinas



OFICINA 1 | Conhecendo seu público

Ao se trabalhar em uma instituição que recebe pessoas, é importante conhecermos quem são aqueles que a visitam e perceber a diversidade de públicos que atendemos. Para facilitar seu trabalho, sugerimos que você tente responder às seguintes questões:

- O seu museu ou centro cultural tem um público-alvo específico?
- Existe um livro de visitantes (livro de assinaturas)? Esses ou outros dados que você já possui estão organizados?
- O perfil do público visitante é conhecido?
- Existe intenção em promover a visitação de um público específico? Quais estratégias você pretende usar para isso?

Desse mapeamento inicial podem surgir outras questões:

- Como trabalhar com os diferentes tipos de públicos?
- Como se preparar para essas diferenças?

Após esse levantamento, você pode realizar uma pesquisa sistemática sobre o perfil de público do seu museu. Para isso, sugerimos um roteiro básico que pode ser usado, exatamente, como está aqui — ou adaptado conforme a necessidade da instituição.

Instruções para aplicação dos questionários:

- Definir e preparar os profissionais que irão aplicar os questionários.
- Imprimir e tirar cópias de uma quantidade pré-definida de questionários.
- Providenciar o material necessário: pranchetas, canetas e identificações para os pesquisadores. Definir um local de aplicação — de preferência na saída da exposição.
- Permanecer ao lado do entrevistado para responder a eventuais dúvidas que possam surgir durante o preenchimento.
- Separar e etiquetar em envelopes os questionários aplicados por dia ou período.
- Providenciar um local adequado para armazenamento do material até que ele seja processado.

PERFIL DE PÚBLICO¹³

Prezado visitante,

Esta pesquisa que estamos desenvolvendo é muito importante para melhor atendermos nosso público.

Agradecemos a sua colaboração.

A equipe do museu.

Sobre você

1. Sexo:

Masculino Feminino

2. Idade: : ____ anos completos.

3. Estado Civil:

Solteiro(a).
 Casado(a) / união estável.
 Viúvo(a).
 Separado(a) / divorciado(a).
 Outro.

4. Escolaridade:

Sem instrução escolar.
 Ensino Fundamental incompleto.
 Ensino Fundamental completo.
 Ensino Médio incompleto.
 Ensino Médio completo.
 Ensino Superior incompleto.
 Ensino Superior completo.
 Pós-graduação.

5. Com relação à sua cor/raça, como você se considera?

Branco Preto Pardo Amarelo Indígena

6. Você exerce alguma atividade remunerada?

Não.
 Sim — Se você exerce atividade remunerada, indique sua situação:
 Empregado do setor privado.
 Empregado do setor público.
 Profissional liberal.
 Autônomo / trabalha por conta própria.
 Empresário.
 Bolsista / estagiário.
 Outra. Qual? _____

¹³ No site do Observatório de Museus e Centros Culturais há, disponível para download, o questionário padrão utilizado nas pesquisas citadas neste capítulo — que também pode servir de guia para elaboração de um questionário local, ou mesmo reaplicado conforme esse modelo. Neste site a instituição também pode fazer a solicitação formal para participar dessas pesquisas.

Sobre sua visita

1. É a primeira vez que você visita este Museu?

Sim.
 Não. Informe o número de visitas (sem contar a visita de hoje): ____

2. Quais os principais motivos desta visita? (Pode marcar mais de uma resposta)

Conhecer o museu.
 Rever ou complementar uma visita anterior.
 Pesquisar / estudar algum tema. Qual? _____
 Interesse pelos assuntos das exposições.
 Participar de atividades específicas (palestras, cursos, oficinas etc.).
 Assistir a algum espetáculo (teatro, concerto, cinema, vídeo etc.).
 Trazer o(a) filho(a).
 Acompanhar amigos / outras pessoas.
 Alargar horizontes / conhecer novidades.
 Divertir-se.
 Entrada gratuita/ baixo valor do ingresso.
 Outro motivo. Qual? _____

3. Você está visitando a exposição sozinho?

Sim
 Não. Com quantas pessoas você está visitando? _____

4. Você está visitando o museu: (Pode marcar mais de uma resposta)

Com o cônjuge / companheiro(a) ou namorado(a).
 Com pai/ mãe.
 Com um ou mais filhos.
 Com outros membros da família.
 Com amigos.
 Com um grupo organizado (igreja, escola etc.).
Qual? _____
 Outros. Com quem? _____

5. Em relação à visita que você acabou de realizar, você se sente (Escolha apenas uma resposta):

Muito satisfeito.
 Satisfeito.
 Pouco satisfeito.
 Insatisfeito.

6. Você gostaria de deixar alguma sugestão ou comentário?

OFICINA 2 | Caracterizando seu setor educativo

Uma forma importante de aprimorar a ação educativa em seu museu ou centro cultural é conhecer mais profundamente como se dá a sua prática junto aos públicos. É importante também que esse conhecimento seja sistematizado e documentado, facilitando os processos de treinamento de novas equipes, bem como a avaliação das atividades realizadas. Para ajudar nessa tarefa, sugerimos que você monte uma tabela com os seguintes tópicos:

	Descrição	Público-alvo	Tempo	Espaço	Pessoas e materiais	Objetivos
Atividade 1- Título da atividade						
Atividade 2- Título da atividade						
Atividade 3- Título da atividade						

Para cada atividade você deverá preencher todos os itens da tabela, de forma a conseguir um panorama geral das atividades realizadas. Veja, a seguir, o significado de cada item sugerido:

- **Título da atividade:** coloque o nome pelo qual a atividade é conhecida junto ao público da instituição.
- **Descrição:** breve descritivo das etapas da atividade e dos temas abordados.
- **Público-alvo:** público ou públicos a que se destina a atividade.
- **Tempo:** refere-se ao tempo de realização da atividade. Se julgar necessário, insira uma outra coluna na tabela na qual você pode determinar o tempo de preparação da atividade.
- **Espaço:** local onde é realizada a atividade. Caso exista mais de um local, separe por tópicos, fazendo referência às etapas da atividade apontadas no item “descrição”.
- **Pessoas e materiais:** quantidade e o perfil dos profissionais da instituição necessários à realização da atividade, bem como os materiais necessários para isso. Da mesma forma que no item “tempo”, você pode inserir outra coluna na tabela para mencionar as pessoas e materiais necessários à preparação da atividade.
- **Objetivos:** esse item diz respeito aos objetivos educacionais da atividade, ou seja, àquilo que você deseja que o público saiba ao seu final (veja no capítulo 5 mais explicações sobre o que são os objetivos e como concebê-los).

OFICINA 3 | Concebendo um roteiro de visitação

Um roteiro é um percurso possível dentro de uma exposição, feito pelo educador para a realização de uma visita educativa. Nessa oficina propomos que você elabore um roteiro de visitação adaptado a sua exposição e ao seu público.

Esse percurso, ou roteiro, deverá ser flexível; dando mais ênfase a certos objetos, paradas ou atividades em função dos interesses e das características do grupo: idade (crianças, famílias, adultos e idosos), grau de escolaridade (educação infantil, ensino fundamental, ensino médio e ensino superior), características físicas especiais (pessoas com deficiências visuais ou motoras, por exemplo), entre outros.

Com base nessas informações propomos que você elabore o seu próprio roteiro de visita, levando em consideração as seguintes questões e adaptando-as em função dos diferentes públicos:

1. Que perguntas posso formular ao grupo de forma a instigá-lo a explorar, buscar respostas e coletar informações ao longo da visita?
2. Em função dessas perguntas, que espaços posso visitar com o grupo?
3. Esses espaços, objetos ou instalações podem ajudar o grupo a responder às perguntas que formulei no início?
4. Em quais lugares é mais oportuno falar e em quais propiciar outras estratégias de mediação junto aos visitantes, tais como observar, interagir livremente, encenar algum assunto e debater?
5. Que lugares posso usar como espaços de descanso para o grupo? Quando seria mais oportuno fazer pausas?
6. Que elementos posso incorporar no fechamento da visita para retomar a questão ou as questões inicialmente colocadas?

OFICINA 4 | Avaliando a visita educativa

Como vimos, a realização de uma visita educativa depende de muitas variáveis e, ainda que se tenham objetivos claros e específicos para diferentes públicos, cada educador fará uma mediação diferenciada. Isso porque, além das possibilidades trazidas pelo diálogo com cada grupo de visitantes, há que se considerar também as características de cada educador — como a formação inicial, facilidade para executar as diferentes estratégias, entre outras. Para conhecer melhor a sua prática é preciso avaliá-la.

Essa avaliação pode ser feita de várias formas, uma delas é acompanhar toda a visita, coletando informações por meio de um roteiro de observação — instrumento que pode fornecer subsídios para o aprimoramento de estratégias de ação. O acompanhamento das visitas realizadas pelo conjunto de educadores pode também identificar o seu formato. A partir dessa identificação, é possível relacionar esses dados com os objetivos propostos, as estratégias selecionadas, entre outros elementos.

Para realizar essa avaliação é importante que o pesquisador (que observará a visita) não interfira nas atividades realizadas pelo educador. As observações devem ser feitas nos diferentes momentos da visita e a coleta de dados pode ser iniciada antes mesmo da chegada do grupo —, obtendo informações a respeito do público participante. Algumas características como a proveniência do grupo (escola, família etc.), nível de ensino dos estudantes no caso de grupos escolares, local de onde vêm, número de pessoas no grupo, entre outros dados. Com a chegada do grupo é possível observar o comportamento das pessoa, e o início do contato do educador com o grupo (quais as principais formas de estabelecer o diálogo, expectativas geradas etc.). Durante a visita, é importante anotar as estratégias utilizadas pelo educador nos vários espaços da mediação; assim como, é possível fazer observações sobre as impressões que o público tem ao longo da visita. A finalização deve ser também um momento de coleta de dados. Não se esqueça de anotar também o tempo total da visita.

Sugerimos, a seguir, dois roteiros com questões para facilitar a coleta de informações sobre a visita educativa. O primeiro deles diz respeito à atuação do educador e o segundo procura caracterizar essa atuação com observações do público. Ambos devem ser realizados durante a visita. Deixe sempre espaço suficiente ao lado das questões para aprofundar os itens e anotar outros aspectos. Além disso, é importante acrescentar perguntas mais específicas para o contexto da avaliação.

Roteiro 1 — Atuação do educador

1. Quais estilos de intervenção o educador usa com os visitantes?

Essa questão pode trazer informações sobre os tipos de intervenção que o educador realiza com o público (desde aquelas mais próximas a uma palestra até as mais cooperativas ou que estabelecem diálogo).

2. Baseado no estilo de intervenção do educador, você julga que a monitoria é:

Esse item pode ser respondido em cada espaço ou para cada estratégia utilizada, mas a partir das observações da questão 1, você pode ter uma ideia mais global de toda a visita.

Mais centrada no educador.

Mais centrada no visitante.

3. Quais estratégias o educador privilegia para realizar a visita? Relacione-as com os espaços nos quais elas são utilizadas.

Você pode utilizar como base para essa questão as estratégias sugeridas no Capítulo 5.

4. A conclusão da visita retomou aspectos abordados durante o acolhimento e percurso da exposição?

Roteiro 2 — A participação do público

1. A visita educativa suscita a participação ativa dos visitantes?

(Escolha apenas uma resposta)

Muito Razoavelmente Pouco Nada

2. A visita educativa suscita interações entre os visitantes e a exposição?

(Escolha apenas uma resposta)

Muito Razoavelmente Pouco Nada

3. Tipos de interação observadas do público com a exposição:

(Pode escolher mais de uma resposta)

Leitura Observação Interação com os aparatos

Interação visitante x visitante

4. Qual o grau de interesse manifesto pelos visitantes durante a visita?

(Escolha apenas uma resposta)

Elevado Médio Baixo

5. Durante a finalização houve participação do público? De que forma?

6. Relate suas observações e impressões a respeito da reação do público sobre a exposição.

Sugestões de leitura

Aqui listamos algumas sugestões de textos e materiais, separados por tópicos, que podem ajudá-lo a aprofundar os temas que abordamos.

1. História dos museus e como essas instituições mudaram sua forma de se relacionar com seus públicos ao longo do tempo

MENESES, U. T. B. A exposição museológica e o conhecimento histórico. In: FIGUEIREDO, B. G.; VIDAL, D. G. (org.) *Museus: dos gabinetes de curiosidades à museologia moderna*. Belo Horizonte: Argvmentvm; Brasília: CNPq, 2005.

VALENTE, M. E. *A Educação em museu: o público de hoje no museu de ontem*. 1995. Dissertação (Mestrado) — Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

VAN-PRAËT, M. A Educação no Museu: divulgar 'saberes verdadeiros' com 'coisas falsas'. In: GOUVÊA, G.; MARANDINO, M.; LEAL, M. C. *Educação e Museu: A construção social do caráter educativo dos museus de ciência*. Rio de Janeiro: Access, 2003.

2. Pedagogia dos museus e os diferentes tipos de ação educativa em exposições

GRISPUN, D. *Educação para o Patrimônio: museu de arte e escola — responsabilidade compartilhada na formação de públicos*. 2000. Tese (Doutorado) — Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo.

MARTINS, L. *A constituição da educação em museus: o funcionamento do dispositivo pedagógico museal por meio de um estudo comparativo entre museus de artes plásticas, ciências humanas e ciência e tecnologia*. 2010. Tese (Doutorado) — Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo. Disponível em: www.teses.usp.br

3. Estudos de público em exposições

STUDART, D.; ALMEIDA, A.; VALENTE M. E. Pesquisa de público em museus: desenvolvimento e perspectivas. In: GOUVÊA, G.; MARANDINO, M.; LEAL, M. C. *Educação e Museu: A construção social do caráter educativo dos museus de ciência*. Rio de Janeiro: Access, 2003.

ALMEIDA, A. M. Os visitantes do Museu Paulista: um estudo comparativo com os visitantes da Pinacoteca do estado e do Museu de Zoologia. *Anais do Museu Paulista*. N. Sér. v. 12, jan./dez., 2004, p. 269-306.

4. Acessibilidade em exposições

Museologia: roteiros práticos — acessibilidade. Edusp Vitae (2005). v. 8. Disponível em: www.usp.br/cpc/v1/php/wf09_downloads.php

TOJAL, A. Acessibilidade e inclusão de públicos especiais em museus. In: TOJAL et al. *Caderno de Acessibilidade: reflexões e experiências em exposições e museus*. São Paulo: Expomus, 2010.

TOJAL, A. Políticas públicas de inclusão de públicos especiais em museus. 2007. Tese (Doutorado) — Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo. Disponível em: www.teses.usp.br

5. Tipos de públicos que frequentam exposições

Público infantil

ISZLAJI, C. *A criança nos museus de ciências: análise da exposição Mundo da Criança do Museu de Ciências e Tecnologia da PUCRS*. 2012. Dissertação (Mestrado) — Departamento de Biologia, Universidade de São Paulo, São Paulo. Disponível em: www.teses.usp.br

Famílias

BIZERRA, A. *Atividade de aprendizagem em museus de ciências*. 2009. Tese (Doutorado) — Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo. Disponível em: www.teses.usp.br

STUDART, D. *Museus e famílias: percepções e comportamentos de crianças e seus familiares em exposições para o público infantil*. Revista História, Ciências, Saúde — Manguinhos. Rio de Janeiro, v. 12, p. 55-78. 2005.

Grupos escolares

MARTINS, L.C. *A relação museu-escola: teoria e práticas educacionais nas visitas escolares ao Museu de Zoologia da USP*. 2006. Dissertação (Mestrado) — Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo. Disponível em: www.teses.usp.br

6. Educadores de museu e mediação

- MASSARANI, L. (org). *Diálogos e Ciência: mediação em museus e centros de ciência*. Rio de Janeiro: Museu da Vida, 2007.
- MASSARANI, L. (ed.). *Workshop sul-americano e escola de mediação em museus e centros de ciência*. Rio de Janeiro: Museu da Vida, 2008.
- Disponíveis em: www.museudavida.fiocruz.br
- MARANDINO, M. et al. *Educação em museus: a mediação em foco*. São Paulo: FEUSP, 2008.
- Disponível em: www.geenf.fe.usp.br

Sites para busca de material de pesquisa:

- Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus: www.icom.org.br
- Grupo de Estudo e Pesquisa em Educação Não Formal e Divulgação em Ciência: www.geenf.fe.usp.br
- Instituto Brasileiro de Museus: www.museus.gov.br
- Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional: www.iphan.gov.br
- Museu da Vida: www.museudavida.fiocruz.br
- Observatório de Museus e Centros Culturais: www.fiocruz.br/omcc/

Bibliografia

- ABT, J. The origins of the public museum. In: MACDONALD, S. *A companion to museum studies*. Carlton (Australia): Blackwell, 2006. p. 115-134.
- ALLARD M., et al. La visite au Musée. In: *Réseau*. Canadá, p. 14-19, dez. 1995/jan. 1996.
- BAILEY, E. B. Researching museum educators' perceptions of their roles, identity, and practice. *Journal of Museum Education*, n. 3, 2006.
- BRASIL. ECA: Estatuto da criança e do adolescente. Lei no. 8069/1990. Brasil, 1990.
- COLL, C. et al. *Os conteúdos na reforma: ensino e aprendizagem de conceitos, procedimentos e atitudes*. São Paulo: Artes Médicas, 2000.
- DRUFESNE-TASSÉ, C.; SAUVÉ, M.; BANNA, N.; LEPAGET, Y.; WELTZL-FAIRCHILD, A. Le "Thinking aloud" et l'apprentissage du visiteur adulte de type grand public. In: ALLARD, M.; LEFREBvre, B. *Musée, culture et éducation*. Québec: Multimondes, 2000, p. 159-176.

- FALK, J. *Free-Choice Science Education — How we learn science outside of school*. Teachers College Press, Nova York, 2001.
- FALK, J.; STORKSDIECK, M. Learning science from museums. *História, ciências, saúde: Manguinhos*, v. 12. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Oswaldo Cruz, p. 117-144, 2005.
- GRINDER, A. L.; MCCOY, E. S. *The good guide: a sourcebook for interpreters, docents, and tour guides*. USA: Ironwood Press, 1985.
- HEIN, G. *Learning in the museums*. London: Routledge, 1998.
- HOOPER-GREENHILL, E. *The educational role of the museum*. London: Routledge, 1994.
- LIPP, F. J. A heritage destroyed: the lost gardens of ancient Mexico. *Garden Journal*, v. 26, n. 6, p. 184-188, 1976.
- MCMANUS, P. *Educação em museus: pesquisas e prática*. São Paulo: FEUSP, 2013.
- MARANDINO, M. *O conhecimento biológico nos museus de ciências: análise do processo de construção do discurso expositivo*. 2001. Tese (Doutorado) — Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.
- OLIVEIRA, A. D. *Biodiversidade e museus de ciências: um estudo sobre transposição museográfica nos dioramas*. 2010. Dissertação (Mestrado) — Faculdade de Educação, Instituto de Física, Instituto de Química e Instituto de Biociências, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.
- OBSERVATÓRIO DE MUSEUS E CENTROS CULTURAIS. Pesquisa perfil-opinião. 2006-2007: análise descritiva preliminar dos dados agregados dos museus participantes da pesquisa em São Paulo. Observatório de Museus e Centros Culturais, 2008.
- RODARI, P.; MERZAGORA, M. Mediadores em museus e centros de ciência: status, papéis e capacitação — uma visão geral europeia. In: MASSARANI, L. (org). *Diálogos e Ciência: mediação em museus e centros de ciência*. Rio de Janeiro: Museu da Vida, 2007.
- SARMENTO, M. J. Crianças: educação, culturas e cidadania activa: refletindo em torno de uma proposta de trabalho. *Perspectiva*, Florianópolis, v. 23, n. 1, p. 17-40, jan./jul. 2005.
- SCHAUBLE, L.; et al. Supporting science learning in museums. In: LEINHARDT, G.; CROWLEY, K.; KNUTSON, K. (eds.). *Learning conversations in museums*. Mahwah: Lawrence Erlbaum, 2002, p. 425-452.
- The Journal of Museum Education, Museum and Older Adults. v. 9, n. 4, Fall, 1984.
- VAN-PRÆT, M.; POU CET, B. Les musées, lieux de contre-éducation et de partenariat avec l'école. *Éducation & Pédagogies*, n. 16, 1992.

Agradecimentos

Este projeto não aconteceria sem o apoio de muitas pessoas e instituições. Aproveitamos aqui para agradecê-las:

Às equipes do Museu do Café de Santos, Museu de São Carlos, Museu Casa de Portinari, Museu Histórico e Pedagógico Índia Vanuíre, Museu Monteiro Lobato e Pinacoteca do Estado de São Paulo pela disponibilidade em nos receber e fazer parte deste projeto.

À Claudinéli Moreira Ramos e Renata Motta da Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico da Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo por auxiliar na articulação com os museus participantes.

Ao Instituto Votorantim pelo apoio sem o qual esse projeto não aconteceria.

À Luciana Magalhães Monaco pela participação na concepção inicial deste projeto.

Aos membros do Grupo de Estudo e Pesquisa em Educação Não Formal e Divulgação da Ciência da Faculdade de Educação da USP por serem pessoas fundamentais na nossa formação como pesquisadoras e educadoras de museus.



PERCEBE

Pesquisa, consultoria e treinamento educacional

Pesquisa, concepção e redação

Luciana Conrado Martins (Org.)
Ana Maria Navas
Djana Contier
Maria Paula Correia de Souza

Revisão técnica

Martha Marandino

Preparação de texto e revisão

ekd cultura e comunicação

Projeto gráfico e diagramação

Elisa von Randow
Paula Juchem

Ilustração

Veridiana Scarpelli

Produção gráfica

Lilia Goes

1ª Edição • São Paulo • 2013

www.percebeeduca.com.br

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Que público é esse?

Formação de públicos de museus e centros culturais
Luciana Conrado Martins...[et al.]. – 1. ed. – São Paulo:
Percebe, 2013.

Outros organizadores:

Ana Maria Navas, Djana Contier, Maria Paula Correia de Souza

Bibliografia.

1. Centros culturais 2. Comunicação e educação
3. Educação - Aspectos socioculturais 4. Educação
não-formal 5. Educadores - Formação 6. Mediação
7. Museus I. Martins, Luciana Conrado. II. Navas,
Ana Maria. III. Contier, Djana. IV. Souza, Maria
Paula Correia de.

ISBN 978-85-64096-01-1

13-04115

CDD-370.1

Índices para catálogo sistemático:

1. Formação de públicos de museus e centros culturais:
Educação não-formal: Educação
370.1

REALIZAÇÃO



PATROCÍNIO



APOIO

