

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
Instituto de Ciências Humanas
Bacharelado em Museologia



Monografia

**ESTUDO DE PÚBLICO DO MUSEU DA COLÔNIA FRANCESA:
OS QUE VISITAM E OS QUE NÃO VISITAM E SUAS RAZÕES.**

Tatiana Caetano Rocha

Pelotas, 2013

TATIANA CAETANO ROCHA

Estudo de público do Museu da Colônia Francesa: os que visitam e os que não visitam e suas razões.

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Museologia da Universidade Federal de Pelotas, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Museologia.

Orientador (a): prof. Dra. Carla Rodrigues Gastaud

Pelotas, 2013

Banca examinadora:

Prof.^aDra Carla Rodrigues Gastaud

Prof.^aMsNoris Mara Pacheco Martins Leal

Dedico esta monografia aos meus amores, Sandro e Sander, por me apoiarem e incentivarem em todos os momentos difíceis.

AGRADECIMENTOS

Começo agradecendo à minha orientadora, professora Carla Rodrigues Gastaud, pela confiança no meu trabalho, apoio e estímulo, não só nessa fase final do curso, mas desde início, me dando oportunidade de participar do estágio no Museu da Colônia Francesa, oportunidade essa que rendeu frutos na realização da minha pesquisa. “Carla, obrigado por todos os ensinamentos durante esses quatro anos!”.

Agradeço também a todos os professores do curso de museologia, pelo incentivo intelectual e pessoal, pela relação sincera que souberam desenvolver com nós alunos, e pelo incentivo diário nas aulas.

Um agradecimento especial, a prof^a. Ms Noris Mara Pacheco Martins Leal, que em suas aulas de Pré- Projeto me ajudou a focar e entender os objetivos do meu trabalho.

Agradeço de forma carinhosa à algumas pessoas que me ajudaram nesses quatro anos de curso, colegas de curso que passaram a ser amigos verdadeiros, que participaram de momentos especiais da minha vida e que os levarei comigo por toda a vida.

Não poderia deixar de agradecer aos amores da minha vida, Sandro e Sander, que lutaram comigo dia após dia para a realização desse sonho. "Obrigado por todo o carinho e amor. Amo muito vocês!"

Para finalizar, agradeço a minha mãe, Marilú Rocha, aos meus irmãos e sobrinhos por acreditarem no meu sonho, tornando os momentos difíceis mais leves com palavras de incentivo e amor.

“Obrigada a todos vocês, contem sempre comigo!”

RESUMO

Rocha, Tatiana Caetano. **Estudo de público do Museu da Colônia Francesa: os que visitam e os que não visitam e suas razões.** 52f. Monografia – Curso de Bacharelado em Museologia. Universidade Federal de Pelotas, Pelotas.

Este trabalho teve como objetivo analisar a relação do Museu da Colônia Francesa com o público visitante e a comunidade do entorno do museu, no período de maio a julho de 2013, como uma forma de investigar os motivos desses visitantes não frequentarem de forma assídua ou mesmo não conhecerem o museu. Para a realização desse trabalho foram utilizados dois questionários, um interno com questões referentes à frequência de visitação e outro externo, com questões referentes à divulgação da instituição.

Palavras-chave: museu, comunicação museológica, estudo de público, Museu da Colônia Francesa.

Lista de Abreviaturas

MCF	-	Museu da Colônia Francesa
UFPel	-	Universidade Federal de Pelotas
QI	-	Questionário Interno
QE	-	Questionário Externo

Lista de Quadros			
Quadro n°1	-	Cronograma do período empírico	30
Quadro n°2	-	Localidades mais apontadas nos livros de registros do Museu da Colônia Francesa (2009-2013)	31
Quadro n°3	-	Questionário Interno: faixa etária dos visitantes do Museu da Colônia Francesa	33
Quadro n°4	-	Questionário Interno: pergunta referente à primeira visita ao museu	33
Quadro n°5	-	Questionário Interno: pergunta referente à como o visitante ficou sabendo sobre a existência do museu	34
Quadro n°6	-	Questionário Interno: pergunta referente a quem despertou sua curiosidade para visitar o museu	35
Quadro n°7	-	Questionário Interno: localidades apontadas por visitante da instituição (junho e julho de 2013)	35
Quadro n°8	-	Questionário Externo: faixa etária do morador do entorno do museu	38
Quadro n°9	-	Questionário Externo: pergunta referente sobre o conhecimento da existência do museu na comunidade	38
Quadro n°10	-	Questionário Externo: Referente a pergunta se o morador da comunidade já havia visitado a instituição.	39

Sumário	
INTRODUÇÃO.....	9
..	
1. A IMPORTÂNCIA DO MUSEU CONHECER SEUS PÚBLICOS	12
1.1 Uma breve História: museus e seus públicos	12
1.2 Métodos de comunicação museológica e o estudo de público	16
2. O ESTUDO DE PÚBLICO NO MUSEU DA COLÔNIA FRANCESA.	28
2.1 O Museu da Colônia Francesa e seu entorno.....	28
2.2 Fase de coleta e análise de dados dos públicos do Museu da Colônia Francesa.....	30
2.3 Análise do livro de registro.....	31
2.4 Questionário interno.....	32
2.5 Questionário externo.....	36
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42
REFERÊNCIAS.....	44
APÊNDICES.....	47
1. Apêndice 1 - Questionário Interno aplicado aos visitantes do Museu da Colônia Francesa.....	48
2. Apêndice 2 - Questionário externo aplicado em moradores do entorno o Museu da Colônia Francesa.....	49
ANEXOS.....	50
1. Anexo 1- Mapa da Colônia Francesa (Vila Nova).....	51
2. Anexo 2- Fotografias: Museu da Colônia Francesa e placa.....	52

Introdução

Este Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Superior em Museologia da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) é voltado para análise de público do Museu da Colônia Francesa, tendo como foco o visitante da instituição e a comunidade do entorno do museu. Analisar a relação do Museu da Colônia Francesa com o público e investigar o motivo pelo qual o visitante retorna ou não retorna ao museu após a primeira visita ou mesmo, por que nunca visitou, é o motivo principal da pesquisa.

Parte-se do pressuposto de que é fundamental conhecer o perfil do público que visita o Museu da Colônia Francesa, para assim pensar em um desenvolvimento e numa maior interação do público com a instituição. Considera-se, ainda, que é necessário construir conhecimentos relacionados à avaliação do público visitante nas instituições museológicas, já que no Brasil, os estudos de avaliação de público são muito recentes.

O processo de comunicação realizado em contexto museológico necessita da opinião do público em relação às exposições que visita, ou seja, da sua resposta. Desta necessidade se originou a avaliação museológica, traduzida em espaço de diálogo após as visitas, transformando, assim, o modelo: transmissor-mensagem-receptor-opinião-transmissor (GUAPO: 2010,p.9).

Uma avaliação precoce do público ao qual se destinam os conceitos que o museu pretende transmitir aumenta o conhecimento das necessidades e dos interesses desse mesmo público, ampliando-se, assim, as hipóteses de desenvolver atividades que passem mensagens com sucesso, proporcionando aos seus visitantes momentos de absoluta fruição do museu (GUAPO: 2010, p.9).

Dessa forma, é nítida a importância de se aplicar um estudo de público no Museu da Colônia Francesa, pois através do conhecimento do perfil do visitante será possível compreender e lidar com os diferentes públicos.

O estudo de público aplicado no Museu da Colônia Francesa é baseado na hipótese de que o público do entorno do museu deixa de visitar a instituição ou não a conhece por ter pouca divulgação na comunidade, enquanto que o público visitante acredita não ter a necessidade de retornar à instituição após uma única visita, provavelmente por considerá-lo um lugar que trata de temas distantes de sua vida cotidiana ou por considerar sua localização distante.

A escolha por esta abordagem iniciou-se a partir do estágio voluntário realizado pela pesquisadora no Museu da Colônia Francesa, desde 2010 até os dias atuais, quando foram feitas observações referentes aos tipos de público e não público da instituição. Assim, aos poucos, foi surgindo o interesse em realizar uma pesquisa numa área específica da museologia, ou seja, a avaliação de público em museus.

Primeiramente a pesquisa seria realizada através de análises feitas no livro de registros de visitantes da instituição, desde sua inauguração em 2009, até julho de 2013. Mas os dados obtidos no livro de visitantes se mostraram insuficientes, sendo então, necessário utilizar outros métodos de pesquisa para a realização de um estudo de público mais eficaz no Museu da Colônia Francesa.

Sendo assim, durante os dias de funcionamento do museu, foram feitas observações, e a partir delas notou-se que os visitantes do museu são de fora da comunidade, constituídos por um público formando por famílias vindas de outras cidades ou excursões, e que a maioria dos moradores da colônia francesa não tem o costume de frequentar a instituição ou nem mesmo a conhece.

O estudo aplicado no Museu da Colônia Francesa pretende mostrar a importância de realizar na instituição uma pesquisa de público. Já que conhecer os públicos do museu serve para a melhoria dos serviços e da estrutura organizacional da instituição; para o aperfeiçoamento de atividades realizadas no museu (colocando o público como o foco principal desse trabalho); e, para que as atividades estejam de acordo com as realidades e necessidades dos visitantes e da comunidade onde o museu está inserido. A atual pesquisa justifica-se ainda pelo fato de que até o momento não houve um estudo de público realizado no Museu da Colônia Francesa, a pesar da grande

importância desse museu para a salvaguarda da memória das culturas locais, talvez, a falta de uma pesquisa desse tipo ocorra pelo fato dessa instituição ter poucos anos de funcionamento.

Para tanto a metodologia utilizada na pesquisa está dividida em duas etapas: na primeira foi feito um levantamento no livro de registro do Museu da Colônia Francesa, a partir do qual foi analisado o seu público desde a fundação até os dias atuais; na segunda etapa foi desenvolvida uma pesquisa com o público visitante e os moradores do entorno do museu, e para isso utilizou-se um questionário com perguntas simples e diretas. Assim, foram analisados dois diferentes grupos: o primeiro grupo são os frequentadores do museu, e o segundo grupo é a comunidade do entorno do museu.

Os questionários foram aplicados da seguinte forma:

- Questionário interno (QI): aplicado a dezessete visitantes do museu, durante os domingos do mês de junho e julho de 2013.
- Questionário externo (QE): aplicado a vinte e cinco pessoas da comunidade do entorno do museu, durante o mês de junho e julho de 2013.

A escolha do recorte de público foi baseada no contato como visitante interno e da comunidade do entorno do museu. A aplicação da pesquisa foi feita no período do dia 16 de junho a 20 de Julho de 2013.

Dessa forma, esta pesquisa monográfica consta de introdução e de desenvolvimento estruturado em dois capítulos, sendo que o primeiro aborda a importância da instituição museu conhecer seus públicos, deixando claro que o público é parte fundamental para que o museu consiga realizar plenamente a sua missão. Nesse capítulo discute-se também a importância dos estudos de público para a museológica, abordando conceitos e métodos usados por autores da área. Assim serão apresentados métodos de avaliação museológica, tais como: os questionários, entrevistas, os livros de registros e a caixa de comentários.

E, no segundo capítulo, será apresentado o Museu da Colônia Francesa e seu entorno, sua localização, importância e descobertas realizadas através da investigação e da análise dos resultados obtidos na pesquisa de público aplicada.

Considerando-se que uma instituição que conhece seu público é capaz de ampliar o número de visitantes, além de proporcionar entretenimento e aprendizado, justifica-se plenamente este trabalho.

CAPÍTULO 1 – A IMPORTÂNCIA PARA O MUSEU CONHECER SEUS PÚBLICOS.

Neste primeiro capítulo, será abordada a origem dos museus, e sua rica história. A trajetória entre a abertura das coleções privadas à visitação pública, e o museu como instituição a serviço do público.

Também será discutido o sistema de comunicação aplicado nas instituições, e a importância dos estudos de público na área museológica, a partir de conceitos e métodos.

1.1 - Uma breve História: museus e seus públicos

Na Grécia, o “mouseion” ou casa das musas, era uma mistura de templo e instituição de pesquisas, sobretudo, voltado para o saber filosófico. Sendo assim um local privilegiado, onde a mente repousava e onde o pensamento profundo e criativo, liberto dos problemas e aflições cotidianos, poderia se dedicar às artes e às ciências (SUANO: 1986,p. 10).

Já na idade média o termo museu foi pouco usado, voltando a ser utilizado no século XV, quando o colecionismo se fazia presente na sociedade europeia. Marlene Suano comenta que “o colecionismo mudou de face durante a Idade Média, nessa época, contudo, o encanto do tesouro era a sua intocabilidade” (1986, p.14). Entretanto, não somente as coleções principescas eram apreciadas nesse período, mas também os gabinetes de curiosidades e as coleções científicas já despontavam pela Europa e muitas dessas coleções já eram chamadas de museus.

De acordo com Adalgisa Lugli, (apud Cristina Possas, 1998, p.153) os gabinetes dos séculos XVI e XVII eram mostrados em arranjos quase sempre caóticos, pois reuniam grande quantidade de espécies, seres e objetos exóticos de forma aleatória, respeitando apenas dois grandes eixos: “Naturalia” e “Mirabilia”.

O primeiro exibia exemplares do reino animal, vegetal e mineral, já o segundo, dividia-se por sua vez em duas seções: os objetos produtos da ação humana (“Artificialia”) e as antiguidades e objetos exóticos, que remetem a povos desconhecidos, normalmente vendidos aos colecionadores ou presenteados por viajantes e marinheiros.

Os gabinetes de curiosidades, no final do século XVII, eram organizados por nobres, possuindo um acervo restrito a visitação, esses visitantes eram selecionados pelo colecionador (mediante carta de apresenta o) e seu guia era o próprio, que desenvolvia a apresenta o de seu acervo, buscando conquistar os visitantes através de objetos exóticos trazidos de terras distantes.

Segundo Letícia Julião “o homem vivia uma verdadeira revolu o do olhar”, resultado do espírito humanista e científico do Renascimento e da expansão marítima, que revelou para a Europa um novo mundo. As cole es principescas surgidas no século XIV foram ao longo dos séculos XV e XVI enriquecidas por obras de arte, curiosidades e tesouros trazidos da América e Ásia (2000, p.18).

O “Ashmoleanum Museum” surgiu na Inglaterra, em 1653, sendo considerado o primeiro museu público, porém sua visita o era restrita a estudantes e pesquisadores da universidade de Oxford. Na Inglaterra, tem-se ainda o Museu Britânico, criado em 1753, também “aberto ao público” (SUANO: 1996,p.25).

O significado atual de museu surgiu com a Revolu o Francesa, que trouxe a ideologia para democratizar a cultura, fazendo com que as portas das cole es privadas fossem abertas (reliquias religiosas e artes plásticas), e também criando espaço para a exposi o das artes do ofício. Tendo a inten o de instruir e disseminar a educa o para a na o, afirmando o civismo e a história. (NASCIMENTO: 2005,p.221).

Segundo Françoise Choay, a montagem de um aparato jurídico e técnico para proteger o patrimônio francês teve sua origem na Revolu o Francesa,

que antecipou através de decretos e instruções os procedimentos de preservação desenvolvidos posteriormente no século XIX, fato que resultou em dois processos distintos:

O primeiro, cronologicamente, foi à transferência dos bens do clero, da Coroa e dos emigrados para a nação. O segundo processo foi à destruição ideológica de que foi objeto uma parte desses bens, a partir de 1792, particularmente sob o Terror e governo do Comitê de Salvação Pública. Esse processo destruidor suscita uma reação de defesa imediata [...] (2006, p. 97).

Não apenas na França, mas em toda a Europa foram criados museus que representassem a história nacional e que unissem a nação. Nesse momento, o único museu que se consagrou foi o Museu do Louvre, sendo considerado como um símbolo da Revolução Francesa, em 1793. As visitas no Museu do Louvre não eram diárias, já que até 1855, a abertura ao público geral acontecia somente aos domingos, nos outros dias da semana recebia turistas estrangeiros e artistas.

Com a Exposição Universal de 1855, aconteceram mudanças, surgiu um decreto que regulamentava a abertura dos museus para todos os visitantes, durante a semana. Ainda assim, mesmo com a abertura dos museus para os visitantes, não era possível a realização de um diálogo com o público, existia somente a comunicação imposta pela instituição (KOPTCKE: 2005).

Com a expansão industrial, no século XVIII e XIX, criou-se um novo sujeito de exposição - a tecnologia, e um novo público - o cidadão urbano em seu tempo de lazer (NASCIMENTO: 2005,p.221).

A sociedade industrial dessa época é tida com grande contribuidora no processo de aceleração na criação de instituições públicas, que funcionavam de portas abertas aos feriados, tendo como parceiras outras instituições que tinham intenção de expor e apresentar o processo de desenvolvimento do conhecimento científico e tecnológico.

Para Cury, o interesse pelo público iniciou quando as coleções começaram a ser expostas publicamente, contudo, isso inicialmente não significou democratizá-las, pois, o seu sentido era basicamente o mesmo: continuavam com as intenções pessoais de seu fundador, nelas ainda estavam expressas a visão de mundo de seu colecionador (2005,p.35).

A autora ressalta que a institucionalização dessas coleções não marcou grandes mudanças na relação entre instituição e público, pois o visitante continuava sem participação ativa, atuando apenas como receptor, seus conhecimentos não tinham espaço para serem expostos, e as exposições refletiam sistemas de pensamentos fechados em si mesmo (CURY: 2005,p. 36-37).

O século XIX firmou a criação de instituições museológicas importantes para a Europa, descobrindo novas formas de interpretação moderna de museu. Criados dentro do “espírito nacional”, esses museus nasciam com uma missão pedagógica para formar o cidadão, através do conhecimento do passado participando de maneira categórica no processo de construção das nacionalidades.

O levantamento das instituições museológicas no Brasil no século XIX reforça que a criação das mesmas se deu em moldes europeus, embora bem mais modestos. A criação dessas instituições estava ligada a iniciativas culturais proporcionadas pela vinda da família real. São exemplos disso, A Escola Nacional de Belas Artes, do Rio de Janeiro (início em 1815, como Escola Real de Ciências, Artes e Ofícios), e o Museu Nacional do Rio de Janeiro (criado em 1818, como Museu Real), ambos de iniciativa de D. João VI (SUANO:1986,p.34).

O século XX foi marcado por mudanças museológicas no Brasil, na Europa e nos EUA, os museus deixam de ser locais somente de contemplação e assumem um caráter pedagógico, abertos ao público que tivesse o interesse de pesquisar (KOPTCKE: 2005).

Mas para entendermos essas mudanças é necessário lembrar que, mesmo os museus atuando de forma pedagógica, nas primeiras décadas do século XX, ainda se mantinham o desconhecimento sobre o público visitante com o qual a instituição pretendia estabelecer a aproximação.

Por outro lado, a “Mesa-Redonda de Santiago do Chile” (1972) tornou-se marcante para o meio museológico, como sentido inovador, pois mostrou a ideia de um museu integral, que valorizava a sociedade e comunidade como um total, colocando, dessa maneira o museu como instrumento dinâmico direcionado a uma mudança social. Mas mesmo com as ideias inovadoras da

reunião de 72, os museus ainda praticavam o mesmo modo de discurso, que era de conscientizar o visitante (KOPTCKE: 2005).

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

O Museu é uma instituição a serviço da sociedade, da qual é parte integrante e que possuem nele mesmo os elementos que lhe permitem participar na formação da consciência das comunidades que ele serve; que ele pode contribuir para o engajamento destas comunidades na ação, situando suas atividades em um quadro histórico que permita esclarecer os problemas atuais, isto é, ligando o passado ao presente, engajando-se nas mudanças de estrutura em curso e provocando outras mudanças no interior de suas respectivas realidades nacionais (MESA-REDONDA, 1972).

Vinte anos após a Mesa-Redonda de Santiago, é realizado na Venezuela a Declaração de Caracas (1992), que faz uma reflexão sobre a missão atual do museu, considerando este como principal agente de desenvolvimento. Esse documento afirma que a função museológica é “literalmente um processo de comunicação”, e através dela é possível organizar as funções e atividades fundamentais do museu, tais como: coleção, conservação e exibição do patrimônio cultural e natural.

Pode-se dizer que ainda hoje existem instituições que praticam discursos impositivos, afastando-se da ideia de museu integrado com a comunidade. As práticas de atividades utilizadas por essas instituições podem manter-se atualizadas conforme as necessidades e perfil do público, pois possuem um grande potencial de reformulação.

1.2- Métodos de comunicação museológica e o estudo de público

A museologia é considerada como a área do conhecimento que mantém uma ligação com outras, tais como: Sociologia, História, Psicologia, e etc, visto que possui caráter interdisciplinar.

Para Waldisa Guarnieri, a Museologia é vista a partir do fato museal, que é: “uma relação profunda entre o homem, sujeito que conhece, e o objeto, testemunho da realidade. Uma realidade da qual o homem também participa e sobre a qual ele tem o poder de agir” (1984,p.60).

As práticas de conservação, pesquisa, documentação e comunicação, usadas pela área museológica, estão interligadas e possuem o objetivo de estabelecer o diálogo entre o museu e o indivíduo, reforçando os laços de proximidade e se pode notar a forte relação entre homem, objeto, e cenário, que juntos estabelecem um vínculo comunicacional.

Para Cristina Bruno (2006, p.141) a museologia esta ligada a dois fenômenos: compreender o comportamento do homem e desenvolver mecanismos que transformem o patrimônio em herança, contribuindo assim para a construção de identidades.

A comunicação sob o olhar de Sanjad & Brandão (2008, p.26) influencia em todos os processos do museu, até mesmo nas políticas de acervo. Os autores ressaltam que as avaliações de público são de extrema importância para uma mudança na política curatorial, por que é através da avaliação do público que é possível compreender os seus anseios e atender as suas necessidades.

Dessa maneira podemos perceber que as avaliações de público têm potencial para regular as políticas ideológicas da instituição. Sendo de fundamental importância, pois, define o perfil do visitante, identificando também, barreiras que impedem o acesso do público não frequentador, tornando assim mais claras as deficiências de comunicação entre a instituição e o seu público.

Através do estudo de público o museu pode modificar esse quadro, realizando atividades com potencial de atração, que sejam direcionadas para o público, desenvolvendo projetos que atendam melhor os desejos e as expectativas dos visitantes, podendo realizar políticas internas que sejam eficientes para o desenvolvimento da instituição. Segundo Koptcke:

“Não há museu sem público – representação sobre estes. A construção dos visitantes dos museus no plano das representações sempre existiu. Colecionadores, curadores, pesquisadores, artistas, profissionais de museus, educadores, gestores culturais, pais ou visitantes elaboram, de forma mais ou menos explícita, imagens parciais de um público ideal e de um comportamento desejável”. (2012, p.214).

A autora ainda afirma que, nos museus da América do Norte, durante o século XX, se iniciaram alguns estudos relacionados aos públicos e não públicos. Porém, a partir dos anos 70, essas instituições passaram a se dedicar de forma mais constante a essa prática, as quais passaram a dar enfoque às exposições, com o intuito de avaliar a montagem dessas, e não o visitante propriamente dito.

Já nos anos 80, as pesquisas assumem um novo caráter, pois começam a avaliar a experiência do visitante nas atividades do museu. As avaliações, nesse momento, passaram a ser divididas por determinados grupos de públicos: escola, família, adultos, públicos potenciais fora do museu, entre outros (KOPTCKE: 2005).

Com o passar dos anos, o público foi se tornando um dos principais focos para as instituições museológicas, que se propuseram não somente em manter o acervo, mas também em buscar meios para atrair e satisfazer o público.

A mudança ocorrida entre os séculos XIX e XX foi marcada como um período de máxima importância para a quebra de paradigmas, pois as instituições museológicas mudaram seus modelos e começam a questionar sobre a real potencialidade da cultura material, usando as coleções como vetores do patrimônio da herança cultural coletiva.

Para Cristina Bruno, esse processo turbulento alcançou os dias atuais, onde surgiram novas abordagens, novos campos de conhecimento, muitas especializações dos ramos do saber e, em especial, a emergência da valorização das expressões imateriais da cultura (2006,p.141).

Com a mesma intensidade, esses questionamentos impuseram novas metodologias de trabalho, trouxeram a necessidade das instituições museológicas respeitarem códigos de ética profissional e legislações preservacionistas, aproximando os objetos do cotidiano das coleções “excepcionais” e passaram a se questionar sobre o público, este mesmo que passou a fazer parte integrante das ações curatoriais (BRUNO: 2006,p.141).

De acordo com Adriana Almeida (2005,p.32), nas primeiras décadas do século XX, a forma de comunicação que imperava era o chamado modelo “hipodérmico”, esse é um modelo no qual o visitante é encarado apenas como

um receptor (um recipiente vazio), sem autonomia, no qual as informações seriam introduzidas.

Com o passar do tempo, começaram a ocorrer mudanças, e novos modelos de comunicação começam a surgir, e a mera figura do receptor passa a atuar como sujeito ativo do processo comunicacional. Em paralelo, as pesquisas de público atuam com novos modelos, que passam a aperfeiçoar as experiências museais.

De acordo com Shannon e Weaver (1949 apud Carvalho, 2009), autores da teoria matemática da comunicação ou teoria da informação, um sistema de comunicação é constituído de fonte de informação, mensagem, transmissor, sinal, sinal recebido, receptor, destinatário e, entre o sinal emitido e o recebido, pode interferir a fonte de ruídos.

Na teoria da informação são trabalhados os conceitos de "quantidade de informação" e "redução da incerteza", além dos conceitos de entropia, ruído e redundância (SHANNON & WEAVER, 1949 apud CARVALHO, 2009, p. 1-18).

Nos anos 60, o modelo semiótico propõe o uso de objeto e recursos textuais como um código, apostando em uma compreensão da mensagem enviada ao visitante. Mesmo com a utilização desse processo, o modelo continuava unidirecional, não tendo retorno ao receptor (ALMEIDA: 2005,p.129).

Posteriormente, outros modelos foram inseridos no processo de comunicação e a dupla direção, ou seja, o “*feedback*” do receptor passou a ser tratado como elemento fundamental do processo e realimentador do mesmo.

Para Almeida (2005, p.129) o diálogo deve ser constituído bilateralmente dando oportunidade de ouvir o público, interagir com ele, recebendo o “*feedback*”. Assim, se compreende que a comunicação faz parte de um processo em que suas ações serão refletidas não somente nas exposições e ações-educativas, como também nos estudos de público, os quais, em teoria estão colocados ao final desse processo comunicativo. É mais que necessário que a comunicação nos museus seja eficaz de maneira que o “público tenha voz”, tornando-se indivíduos participantes e ativos no processo museológico.

Cury (2005, p.160) se refere aos modelos de comunicação utilizados por museus na atualidade: o primeiro é o funcionalista, no qual o emissor e o

receptor se encontram em posições diferentes no discurso. O emissor se mostra em um nível mais elevado, a iniciativa parte do emissor enquanto que o receptor se mostra passível à mensagem. Com relação ao modelo interacionista, o emissor e o receptor estão em igualdade, não há domínio de uma das partes, e a mensagem se constrói a partir do diálogo em conjunto.

Helena Vieira (2009, p.33) por sua vez, se refere à comunicação interpessoal e a de massas, sendo a primeira direta, com envolvimento da equipe e dos visitantes, com participação ativa do público. Ao contrário da interpessoal, a comunicação de massas, se desenvolve a partir de exposições, abrangendo um maior número de pessoas se tornando, portanto, um modelo unidirecional.

Seguindo as tipologias de comunicação, Cazelli (2003, p.96) cita as abordagens apresentadas por Hooper-Greenhill (1994), que se refere à comunicação a partir de duas abordagens: a transmissora, onde as mensagens são enviadas a um receptor passivo, com esse modelo não acontece à interação com o visitante. Já a abordagem cultural é feita como processo de negociação, onde o indivíduo constrói ativamente seus próprios significados a partir de suas experiências pessoais.

Na visão de Guapo, avaliação museológica incide naturalmente, sobre dois campos distintos: o público e o museu exposições, serviços, estratégias, entre outros (2010, p.10). Nesse sentido, o museu afirma-se como um espaço público, que possibilita construir o conhecimento através do lazer, provando ser um veículo de comunicação e troca de conhecimento com o público visitante.

O Estatuto dos Museus refere-se ao estudo de público a ser aplicado nas instituições museológicas: “os museus deverão promover estudos de público, diagnóstico de participação e avaliações periódicas objetivando a progressiva melhoria da qualidade de seu funcionamento e o atendimento às necessidades dos visitantes” (2009, Art.28, §2º).

Através do estudo de público o museu pode modificar esse quadro, potencializando as suas ações, desenvolvendo projetos que atendam melhor os desejos e as expectativas dos visitantes, podendo realizar políticas internas que sejam eficientes para o desenvolvimento da instituição.

Segundo Adriana Almeida (2005, p.32) através das avaliações pode-se concluir que: “cada visitante constrói sua própria exposição no momento que seleciona seu percurso de acordo com seus desejos, motivações, perspectivas, entre outras variáveis”. Assim a autora mostra que é fundamental conhecer o perfil, as vontades, desejos e necessidades dos receptores, para que as atividades (exposição) sejam bem sucedidas e não venha ocorrer uma falta de público.

O museu que conhece o perfil do seu visitante tem um melhor desenvolvimento, e conseqüentemente pode oferecer seus serviços e adequar suas práticas conforme as necessidades, cativando esse público de modo a incentivar a visita e também o seu retorno, uma vez que o visitante perceba que suas necessidades e desejos são amplamente realizados na instituição.

A pesquisa de público torna-se peça fundamental para a conquista de credibilidade junto ao público, possibilitando para a instituição a realização de uma melhor auto avaliação institucional, construindo um elo importante com o seu visitante através da troca de opiniões (museu e indivíduo).

Para que o trabalho de pesquisa de público seja positivo e alcance seu objetivo para a instituição, é necessário que a mesma tenha clareza em seus objetivos e ações, o que irá tornar o trabalho mais fácil de ser aplicado e bem sucedido junto à comunidade. Sendo assim, é fundamental conhecer a realidade em que a instituição está inserida, pois trará uma visão ampliada de possibilidades de ações a serem aplicadas para o melhoramento de atividades, e assim, fazendo com que o público e a comunidade passem a atuar no museu de forma ativa.

Dessa maneira, Isabel Vitor considera que o novo paradigma da museologia, ao “deslocar” o conceito de museu, do edifício para o território e do público para a comunidade, derrubou radicalmente os “muros do museu”, dando lugar a processos museológicos que emergem de comunidade; o museu e museólogos passam a serem sujeitos sociais comprometidos com o desenvolvimento e os membros da comunidade seus parceiros (2005, p.1).

Para a autora as instituições museais assumem um papel social, firmando compromisso com o desenvolvimento, fazendo da comunidade sua parceira. As instituições museais se tornam reais quando suas ações são direcionadas para atender as necessidades de educação, pesquisas de

avaliação e questionamento das necessidades dos visitantes, comunidade e seu público em geral.

Com isso a instituição precisa estar atenta para interagir com a comunidade em que está inserida, mostrando ao visitante e a comunidade que ele é parte fundamental para instituição e que sua opinião e satisfação, são de suma importância para o funcionamento das atividades do museu.

Dessa forma é necessário que a instituição museu se torne atuante junto ao seu público, respeitando as diferenças dos grupos visitantes, levando em consideração suas percepções, vontades, e aprendizado, buscando a união entre mensagem e visitante, não esquecendo que cada indivíduo é único e carrega consigo sua própria experiência de vida.

As pesquisas de avaliação e aprendizagem em exposições têm evidenciado que as expectativas, motivações e tudo que ocorre anteriormente à visita podem ser determinantes para a qualidade dela. O contexto pessoal é de fundamental importância para a escolha do museu ou da exposição a ser visitada e também para determinar as expectativas do visitante. Também os interesses, as crenças e os conhecimentos prévios sobre os museus e os conteúdos das exposições influenciarão a visita e o que lhe sucederá, variando conforme cada pessoa (ALMEIDA: 2005, p.37).

Desde o momento em que se descobre o gosto e as potencialidades do público que se pretende atingir, é possível adquirir relevantes melhorias no que diz respeito à comunicação museológica.

Através da pesquisa de público novas formas de comunicação podem ser pensadas e incorporadas, isso contribui para a boa exposição do acervo e até mesmo na relação das instituições museais como seu público (comunidade/sociedade), criando formas agradáveis de atração ao público, pois, ao se sentir acolhido pela instituição, o visitante ficará atraído a voltar ao espaço.

A pesquisa de recepção é, no entanto, uma possibilidade de problematização do fato museológico (relação do homem e o objeto mediada pelo museu, qualquer que seja o seu formato), aprendendo a identificá-lo e a delimitá-lo na realidade empírica, apreendendo-o. Em síntese, a aproximação das áreas de comunicação e recepção para possibilitar o posicionamento do

cotidiano do público e suas interpretações e significações junto ao universo patrimonial das coisas musealizadas (CURY: 2008, p.275).

Em relação à importância das pesquisas avaliativas de público utilizadas pela museologia em todo o mundo, Rosane Carvalho (2005, p.25) considera que as pesquisas de público vêm sendo utilizadas largamente nos museus do exterior, notadamente nos do Hemisfério Norte, para averiguar diversos tipos de questões: o perfil do visitante, seus gostos, suas preferências culturais, sua opinião sobre a sua experiência vivida no museu, o impacto cognitivo no visitante, acrescentando-lhe conhecimento, além do impacto econômico das grandes exposições nas cidades, por atraírem muitos visitantes de outras regiões. Servem também para os museus planejarem melhor sua programação e direcionarem sua divulgação, ou para definir o melhor dia de cobrança de ingresso gratuito, já que a receita de ingressos tem grande participação no orçamento dos museus.

Para Isabel Vitor, no artigo “Os Museus e a Qualidade” (2005), o museu possui atualmente um importante papel na Nova Museologia, pois, a comunidade se torna o público em potencial, que tem como objetivo a atuação do indivíduo nas ações culturais, educacionais e sociais. O público deixa de ser receptor para interagir diretamente com as ações da instituição.

A Nova Museologia se preocupa com o público e as formas de se dirigir a ele, destacando como prioridade a qualidade da relação entre o museu e o público. Isso mostra que os museus assumiram o compromisso com a comunicação que utiliza com o público, valorizando seus discursos, pois sabem que a comunidade/sociedade é prioridade para o desenvolvimento das ações de troca de aprendizados.

Comunicar significa segundo Cury (2007, p.79), levar o público para o museu e estimulá-lo a ser um intenso contribuinte em torno da discussão sobre o significado do patrimônio cultural. A instituição museu cumpre seu papel a partir do momento em que se compromete com a comunidade e sociedade em geral, contribuindo para o desenvolvimento dos mesmos, ouvindo suas sugestões, gostos e procurando manter a investigação e preservação dos bens culturais pertencentes à história dos seres humanos e da natureza.

Nessa perspectiva, o museu é também destacado como veículo de comunicação de ideias e conhecimento com o público em geral. Devendo

preparar-se para estar aberto à comunicação com qualquer indivíduo que o visite independentemente da sua idade, gênero, religião, etnia, habilitações literárias, entre outros. Pois estes são espaços públicos nos quais é possível através do “prazer” da aprendizagem construir uma sociedade baseada no conhecimento (GUAPO: 2010, p.22-23).

O estudo de público, aplicado em museus, define o perfil do visitante frequentador, identifica também, barreiras que impedem o acesso do público não frequentador, tornando assim, mais claras as deficiências de comunicação entre a instituição e o seu público.

A avaliação de público tem como finalidade a reflexão da comunicação e as maneira como os espaços museais são usados pelo público, reforçando a necessidade de organizar os métodos de transmissão de mensagens, para que o público consiga realizar suas interpretações após a visitação no museu.

A instituição deve manter-se atenta para que seus profissionais estejam inteirados com as necessidades dos visitantes, criando a partir do público novas alternativas de comunicação, adequando-se as diversidades culturais da sociedade como um todo.

Nunca é demais reiterar que a avaliação de público corrige e ajusta os projetos da instituição, visando à melhora das suas práticas e uma maior interação do museu com a comunidade.

As pesquisas de público se moldaram conforme as funções de cada instituição museal, identificando os tipos de visitantes, suas profissões, escolaridade, sexo, faixa etária, grau de satisfação dos serviços oferecidos, etc.

Conforme foi dito, essas pesquisas não se detiveram somente em conhecer o perfil básico de seu público e aos poucos se tornaram mais completas, e buscaram maneiras de obter a opinião do visitante sobre a exposição e a recepção.

As ideias sobre a comunicação passaram a ser um novo campo de análise, tornando a pesquisas de público uma prática recorrente e de grande importância. Conforme Gottesdiener (1997 apud Cury, 2006), as pesquisas de público que devem ser aplicadas em instituições museológicas, são:

- Avaliação preliminar: ocorre durante o planejamento da exposição;
- Avaliação formativa: ocorre na fase de desenho da exposição;

- Avaliação corretiva: objetiva corrigir os aspectos não satisfatórios do público;
- Avaliação somativa: que avalia o conhecimento do público em relação à exposição (percepção, aprendizagem, preferência e atitude);
- Avaliação técnica: que é realizada pela equipe encarregada do designer da exposição;
- Avaliação do processo: que objetiva avaliar o processo de concepção da exposição.

Compete aos museus criarem condições de acolhimento tão agradáveis quanto possível e conseguirem transmitir aos potenciais visitantes, mesmo aos visitantes contrariados, um estado de espírito positivo em relação às coleções, um sentimento de pertencimento, apostando na qualidade dos seus serviços de apoio complementar. (BALTAZAR: 2008, p.54)

Já Studart et.al. (2003), classificam as avaliações em quatro categorias, que seriam:

- O perfil do visitante, que busca conhecer as motivações, os interesses;
- Os padrões de comportamento, interação e estudos de gênero de museus: que se relaciona ao tempo gasto pelo visitante no museu e seu comportamento durante a exposição;
- A aprendizagem em museus: que analisa qual é o ganho de aprendizado do público, ou seja, é capaz de mensurar quanto o público aprendeu com determinada exposição;
- Experiência museal: que avalia a experiência do público após a visitação.

Esses autores, também abordam a importância de se conhecer e avaliar o público afirmando que os estudos de público vêm atraindo o interesse crescente de profissionais que atuam nos museus e se constitui, hoje, em aspecto cada vez mais relevante para o planejamento da instituição, refinamento de seus programas e atendimento ao público (STUDART et.al.: 2003, p.129).

Bourdieu e Darbel (1985, p.238) realizaram estudos em museus da Europa, onde constataram que o perfil de público mais frequente do museu, estava relacionado ao fato de possuir um nível de instrução maior, definidos por eles como: “classe culta”, esse público poderia entender a arte, pois compreendia os códigos de comunicação. Ao contrário dessa categoria “cultura”, se encontrava o povo, que não possuía nível de instrução compatível com a classe superior, sendo impossível entender “os códigos”.

Os estudos de público são fundamentais para dar base a qualquer outro conhecimento sobre os visitantes de uma instituição, atuam como grandes diagnósticos e apontam os locais de deficiências na instituição.

Sobre este assunto, Rosane Carvalho (2005, p.25) explica que os estudos descritivos, do tipo perfil de público, são fundamentais para dar base a qualquer outro conhecimento sobre o público que se pretenda ter. Funcionam como grandes diagnósticos. Os dados em geral são coletados ano a ano, de forma a poderem indicar modificações na clientela do museu, e aponta a constituição de grupos/visitantes sozinhos, faixa etária, sexo, escolaridade, procedência, meio de divulgação.

Para Studart, et.al. (2003, p.136-138) os “estudos de público” são basicamente de dois tipos:

- Avaliação: partes integrantes dos processos de exposições e atividades educativo-culturais;
- Investigação: estudos teóricos e acadêmicos que buscam conhecer o público visitante e o não visitante.

Os principais métodos utilizados para a avaliação museológica segundo GUAPO, são: questionários, entrevistas, reuniões de grupo, livros e caixas de comentários (2010, p.22-23).

Os questionários são importantes técnicas disponíveis para a coleta de dados em pesquisas sociais. Para Carlos Gil (1999, p.124) o uso de questionários se constitui em técnicas compostas por questões escritas, as quais apresentadas às pessoas, com o objetivo de conhecer suas opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas, etc.

Ainda, de acordo com Carlos Gil (1999, p.25) as vantagens atingidas pelo questionário são:

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

Visto que o questionário é um instrumento de coleta de dados e que pode como qualquer outro método possuir limitações, o autor expõe também os pontos negativos dos questionários (GIL: 1999, p.130):

- Excluem as pessoas não alfabetizadas, fato que em determinadas circunstâncias, conduz a graves deformações nos resultados da pesquisa;
- Impede o auxílio ao informante quando este não entende corretamente as instruções ou perguntas feitas;
- Impede o conhecimento das circunstâncias em que foi respondido, o que pode ser importante na avaliação da qualidade das respostas;
- Não oferece a garantia de que a maioria das pessoas devolva-o devidamente preenchido, o que pode implicar a significativa diminuição da representatividade da amostra;
- Envolve, geralmente, número relativamente pequeno de perguntas, porque é sabido que questionários muito extensos apresentam alta probabilidade de não serem respondidos;

- Proporcionam resultados bastantes críticos em relação à objetividade, pois os itens podem ter significado diferente para cada sujeito pesquisado.

Para Tereza Haguette (1997, p.86) “a entrevista serve como instrumento de coleta de dados que pode ser conceituada como um processo de interação social entre duas pessoas: o entrevistador e o entrevistado”. O entrevistador busca obter informações por parte do outro, o entrevistado. E o entrevistado é aquele que está disposto a passar as informações solicitadas. Existe um roteiro de entrevista, no qual consta uma lista de pontos previamente estabelecidos conforme o tema central. Portanto, o sistema que envolve entrevista abrange o entrevistador; o entrevistado, a situação da entrevista, o instrumento de captação de dados, ou roteiro de entrevista.

Dessa maneira, Zuleica Patrício (1999, p.32), afirma que a entrevista não é somente um momento de perguntar e ouvir respostas, ela pode ir além, e tornar-se um diálogo reflexivo, onde o entrevistado expõe seus sentimentos para o entrevistador.

Os livros e caixas de comentários representam um método de avaliação simples, e de custo baixo, porém de grande importância avaliativa, onde a opinião sobre os diversos serviços da instituição são coletados. Quanto à caixa de comentários, o anonimato é uma vantagem, porque leva os visitantes a exprimirem a sua crítica de forma autêntica (GUAPO: 2010).

Com esse raciocínio, seguimos afirmando a importância de se manter um método de comunicação eficaz, onde o público expõe a sua vontade, e opinião sobre as atividades da instituição, de maneira simples e eficaz.

CAPÍTULO 2 – O ESTUDO DE PÚBLICO NO MUSEU DA COLÔNIA FRANCESA.

Neste segundo capítulo, apresenta-se o Museu da Colônia Francesa e seu entorno, sua localização e trajetória até os dias atuais. Logo em seguida, serão analisados os dados coletados no estudo de público do Museu da Colônia Francesa.

2.1- O Museu da Colônia Francesa e seu entorno

O Museu da Colônia Francesa está localizado na Colônia Santo Antônio, mais conhecida como Colônia Francesa, 7º distrito do município de Pelotas-RS, nome dado devido a colonização por famílias francesas. Antes de se falar no museu, será contado um pouco da história do prédio onde o mesmo se encontra.

Na década de 1940, Alfonso Elizeu Crochemore e Julieta Geiger Crochemore, ele descendente de franceses e ela de alemães, fazem a doação do terreno (onde se encontra o museu atualmente) à Prefeitura Municipal de Pelotas, para ser construída uma escola, pois as crianças da localidade, incluindo seus filhos, tinham que se locomover para fora da colônia a fim de estudar, já que a escola mais próxima se localizava no Recanto Colonial (e não existia transporte para a locomoção dos alunos).

Sendo assim, a Prefeitura Municipal de Pelotas ficou incumbida de construir a escola na colônia francesa, realizando sua inauguração no ano de 1949, com o nome de Escola Municipal Antônio José Domingues, nome dado pelo prefeito Joaquim Duval.

Com o passar dos anos houve a necessidade um espaço maior, pois a escola estava em crescimento e não podia mais abrigar todos os alunos, fazendo-se então necessária a construção de um novo prédio que abrigasse a todos os alunos da comunidade.

Esse acontecimento foi no mandato do prefeito Anselmo Rodrigues, que após a construção do prédio novo, deixou o prédio antigo para uso da comunidade, sendo mais utilizado por senhoras que participavam de atividades da igreja local.

Por vários anos a comunidade utilizou o antigo prédio da escola, com fins diversos, onde realizavam reuniões da igreja, preparação para batismos, preparação para eucaristia, aulas de confecção de artesanatos, e em dias de chuva o prédio também era usado como salão de festas.

No dia 4 de julho de 2009, a Prefeitura Municipal, sob o mandato do prefeito Fetter Júnior entrega a Universidade Federal de Pelotas à chave do prédio da antiga escola, para a inauguração do Museu da Colônia Francesa.

A ideia da organização de um museu na colônia, contou com o interesse de algumas famílias da comunidade francesa, que sentiam a necessidade de preservar sua cultura, influenciadas por um morador local, descendente de franceses, Sr. Lino Emílio Ribes, que colecionava objetos e registrava em seu diário as atividades acontecidas na Vila Nova, procurando assim, manter presente à história da colonização francesa no interior de Pelotas.

Nesse contexto surge também o trabalho realizado pelo historiador Leandro Ramos Betemps, descendente de franceses, que realizou um mapeamento das famílias fundadoras da colônia e seus traços culturais, através de um levantamento de acervo fotográfico.

O museu abre suas portas, com uma exposição provisória organizada pelo professor Fábio Cerqueira e pelo historiador Leandro Ramos Betemps, inaugurada com fotos das famílias fundadoras, como já foi dito, e peças de acervo pertencente ao Museu Gruppelli e ao Museu da Colônia Maciel.

O prédio doado para o museu se encontrava em mau estado de conservação, e após a parceria realizada com a Universidade Federal de Pelotas, e com famílias apoiadoras do museu, foi possível dar início a reforma do prédio, que começou no telhado e aberturas que se encontravam em mau estado, impossibilitando o funcionamento do museu.

Atualmente a reforma continua sendo desenvolvida, com a intenção de melhor abrigar o acervo que está para ser adquirido através de doações das famílias descendentes de franceses que vivem na região, sendo que algumas dessas famílias deixaram contatos com os estágios do museu a fim de efetuarem tais doações.

O Museu é coordenado pela prof.^a Carla Gastaud, que realiza um projeto de extensão junto à Universidade Federal de Pelotas, visando dar continuidade aos trabalhos já realizados na instituição, com o intuito de aproximar a

comunidade com a sua história, valorizando as narrativas locais, estimulando e fortalecendo o sentimento de pertencimento dos mesmos.

Sobre o funcionamento do museu, pode-se dizer que ocorre somente aos domingos, com exceção dos agendamentos para excursões que podem acontecer durante a semana, para isso o museu conta com a ajuda de uma família apoiadora (família Ribes), que guarda a chave da instituição e quando necessário, realiza a mediação com os visitantes, pois a instituição não possui funcionários e conta com a ajuda de estudantes bolsistas e voluntários do Curso de Bacharelado em Museologia da Universidade Federal de Pelotas, se tornando difícil a sua abertura durante os dias de semana, devido aos dias de aula.

2.2 - Fase de coleta e análise de dados dos públicos do Museu da Colônia Francesa

Para a coleta de dados, as técnicas utilizadas por melhor se adequarem aos objetivos da pesquisa, foram à análise dos livros de registros de visitas do Museu da Colônia Francesa, questionário aplicado em populares que residem no entorno do museu e questionário aplicado no interior do museu, este último com a intenção de verificar de que localidade seria o público frequentador.

A coleta de dados aconteceu em diferentes momentos, no quadro nº1 (abaixo) mostram-se as etapas do estudo:

Etapas do Estudo Empírico	Período Correspondente (Mês)		
	Maio	Junho	Julho
Análise no Livro de Registros			
Coleta de dados			
Interpretação e análise do material empírico			

Quadro nº 1 – Cronograma do período empírico
Fonte: elaborada pela autora

A pesquisa foi realizada com o objetivo conhecer a comunidade que circunda o museu e saber se esta era visitadora ou não. A proposta foi de

serem aplicados vinte e cinco questionários externos e internos, utilizando os questionários que se encontram no apêndice. Antes de ir a campo, o protocolo de entrevistas foi conferido e validado pela professora orientadora desta monografia.

2.3 – Análise do livro de registro

A primeira etapa ocorreu no período do mês de maio de 2013 e foi de análise do livro de registros de visitação do Museu da Colônia Francesa.

O livro de registros do Museu da Colônia Francesa começou a ser utilizado pela instituição desde sua inauguração em 2009, e constatou-se, a partir do livro, que a visitação no museu acontece frequentemente por visitantes que moram fora da Colônia Francesa (Vila Nova), enquanto que a comunidade se faz presente, de maneira muito tímida.

No quadron^o2, a seguir faz-se uma análise das dez primeiras localidades mais citadas no livro de registro do museu, no ano de 2009 a 2013, para visualizar a participação da comunidade do entorno do museu (Vila Nova).

1° Pelotas (área urbana)	361 visitantes
2° Rio Grande	39
3° Canguçu	28
4° Porto Alegre	26
5° Arroio do Padre	21
6° Arroio Grande	19
7° São Lourenço	17
8° Colônia Vila Nova	13
9° Monte Bonito	9
10° Cascata	7

Quadro n^o2 - Localidades mais apontadas por visitantes nos livros de registros do Museu da Colônia Francesa (2009- 2013)
Fonte: elaborada pela autora

Pode-se ainda citar outras localidades de visitantes deixadas no livro de registros, tais como: Pedro Osório, Uruguaiana, Belo Horizonte, João Pessoa, Içara, Belém do Pará e outras.

Através da análise feita no Livro de Registro do Museu da Colônia Francesa, de 2009 até junho de 2013, foi possível observar os resultados

referentes aos visitantes, que por sua vez, como já foi dito durante o desenvolvimento do trabalho, em sua maioria são de fora da comunidade.

Por esta razão, as informações do Livro de Registro não foram suficientes para responder aos objetivos da pesquisa, o que fortaleceu a ideia de aplicar outros instrumentos, como questionários, por exemplo, onde se poderia analisar a comunidade do entorno do museu, que é o foco principal desse trabalho. Assim, os questionários (formulários) foram aplicados aos moradores da colônia francesa e também aos visitantes do museu.

2.4- Questionário interno

Após a análise no Livro de Registros passou-se para a segunda etapa, que se deu por meio do questionário interno, aplicado no período de junho a julho de 2013.

O questionário conteve o total de sete questões, com perguntas fechadas e abertas, estruturado em subtópicos, pois se tinha a intenção de que o participante pudesse deixar sua contribuição para a pesquisa. O tempo de pesquisa foi limitado, e com a chegada da data final para a coleta de dados, constatou-se que foi preenchido um total de dezessete questionários, os quais foram analisados. Estes dezessete questionários foram deixados no museu com a intenção dos visitantes preencherem se quisessem, não seria obrigatório seu preenchimento.

O questionário interno foi elaborado com algumas perguntas fechadas e outras abertas, como já foi dito, para assim facilitar ao participante a exposição de sua opinião e também de seus sentimentos.

As perguntas do questionário interno se referiam a:

- A idade do entrevistado e seu lugar de residência;
- Se era a primeira vez que visita o Museu da Colônia Francesa (sim/não);
- De como ficou sabendo da existência do museu e qual a motivação para a visita;
- Se gostou da exposição (sim/não), e o porquê da resposta;
- Qual opinião sobre o Museu da Colônia Francesa;

Serão utilizados quadros para ilustrar as respostas do ao questionário interno, de modo a facilitar a compreensão dos resultados.

Idade	Resultados
21 á 30	1
31 á 40	2
41 à 50	6
51 á 60	8
Total	17

Quadro nº3 -QI: Faixa etária dos visitantes do MCF
 Fonte: elaborada pela autora

No quadro nº3 (acima) pode-se visualizar a faixa etária dos participantes, que em sua maioria são pessoas acima de quarenta anos. Tendo apenas três visitantes com menos de quarenta anos.

No que se refere à pergunta sobre a primeira visita, pode-se perceber, conforme o quadro nº4 (abaixo), que treze participantes visitavam pela primeira vez o museu, sendo que quatro deles já conheciam e haviam retornado para uma visita com amigos e parentes.

Visitantes	1ª Visita	Retorno
Total 17	13	4

Quadro nº4- QI: Pergunta referente à primeira visita ao museu: sim/não
 Fonte: elaborada pela autora.

O próximo quadro (nº5) se refere à forma como o visitante foi informado da existência do museu. Nota-se a partir da análise desse quadro que sete visitantes souberam da existência do museu através do restaurante local (Cantina Ribes), que frequentemente faz a divulgação da instituição para seus clientes, pois são de família descendente de franceses, e grandes incentivadores do museu na colônia. A família Ribes guarda a chave da instituição, e quando necessário presta serviços para o museu durante a semana, realizando a mediação quando são agendadas excursões ou quando algum visitante pede para conhecer o museu.

Seguindo a lista de respostas, os próximos cinco visitantes relataram saber sobre a divulgação do museu através de parentes e conhecidos, o que revela a boa divulgação por intermédio do boca a boca, e também mostra o bom relacionamento da instituição com esses visitantes, que por sua vez gostaram da visita e indicaram a outros.

Visitantes	Respostas
7	Souberam através da Cantina Ribes
5	Conhecidos e parentes indicaram
3	Estavam passeando na colônia e entraram
2	Moram na colônia francesa

Quadro nº5-QI: Pergunta referente à como o visitante ficou sabendo sobre a existência do museu
Fonte: elaborada pela autora

Para concluir, a próxima análise se deteve na eficácia da divulgação através da placa existente em frente ao museu, que facilitou a três participantes da pesquisa a identificação do prédio como museu, já que estes estavam de passeio pela colônia e resolveram entrar. Confirmando então, a grande importância da divulgação com placas que localizem essas instituições afastadas dos centros urbanos.

Os últimos da lista são moradores da colônia francesa, os quais já sabiam que naquele prédio funcionava um museu e já o conheciam de visitas anteriores. E relataram que frequentemente visitam o museu e que procuram saber pelos estagiários as mudanças que estão ocorrendo no prédio.

Percebeu-se através de observação que esses moradores (frequentadores) costumam ter uma relação mais desinibida para a visita, se sentem mais a vontade com os estagiários do museu, contam histórias de acontecimentos da região e de suas famílias, o que nos mostra um sentimento de confiança entre esses moradores frequentadores e a instituição.

No quadro a seguir (nº6) os visitantes respondiam com suas próprias palavras sobre sua motivação para visitar o museu. Deixou-se livre a resposta.

Visitantes	Respostas
3	Conhecer coisas novas
2	Apenas conhecer o museu
4	Adorar coisas antigas (objetos)
5	Gostar de conhecer museus
3	Querer ver os objetos do museu

Quadro nº6- Q1:Pergunta referente a quê despertou sua curiosidade para visitar o museu?

Fonte: elaborado pela autora

Perguntou-se também se os visitantes gostaram da exposição (sim/não) e logo após foi perguntado: por quê? Todos os dezessete participantes responderam afirmativamente, que tinham gostado, e fizeram comentários positivos em relação à exposição. Desses dezessete participantes, somente seis explicaram porque gostaram da exposição, a saber:

- Relembra o passado;
- Lembra da casa dos avôs;
- Acha interessantes os objetos;
- Gosta das fotos das famílias francesas;
- Acha interessante a história contada sobre o vinho e seu modo de fazer;
- Acha os objetos muito interessantes;

Logo abaixo, no quadro nº7, pode-se analisar de que localidade vem o visitante que participou da pesquisa na instituição.

Localidades	Resultados
Pelotas (área urbana)	11
Arroio Grande	4
Vila Nova	2
Total	17

Quadro nº7- QI: Localidades apontadas por visitantes da instituição (junho e julho de 2013)
Fonte: Elaborado pela autora

A pergunta teve como foco a proveniência do visitante. O objetivo era saber se esse público fazia parte da comunidade ou era de fora dela.

A partir dessa análise do material coletado no museu, onde foram preenchidos dezessete questionários, se pode constatar que o percentual maior de visitantes continua sendo de fora da comunidade e que a cidade de Pelotas permanece com o percentual maior de visitantes, enquanto que os moradores da comunidade ficam com o percentual menor de visitação entre os visitantes que concordaram em responder ao instrumento de pesquisa.

Para finalizar a tabulação do questionário interno, será analisada a última pergunta, na qual se solicitou aos participantes que deixassem uma opinião sobre o Museu da Colônia Francesa. Poucos visitantes responderam a essa pergunta. Dos dezessete participantes somente cinco responderam-na, da seguinte maneira:

- Museu está ótimo;
- É uma boa iniciativa para a cultura;
- Adoro vir aqui na colônia e também gostei de conhecer o museu;
- A reforma no museu valorizou muito o prédio, está bem melhor;
- Continuem com o trabalho aqui no museu, gostei de conhecer;

2.5 - Questionário externo

A terceira etapa se constitui na aplicação de um questionário no entorno do museu (estrada da Colônia Dias, em frente ao museu, e estrada do Monte Bonito, ao lado do museu) onde se optou por coletar informações em dois domingos do mês de julho.

O critério para participação era ser morador do entorno e ter acima de 15 anos de idade, determinou-se a faixa etária por ser uma comunidade pequena e os moradores menores de 14 anos já terem visitado o museu por intermédio

da Escola Eliseu Crochemore, onde participaram de uma ação educativa com os estagiários do museu.

Os participantes da pesquisa realizada no entorno do museu foram avisados que se tratava de uma pesquisa sem fins lucrativos, e que a suas identidades não seriam necessária para os fins da pesquisa. Deixou-se claro também que era possível não participar, caso não quisesse. Já com relação ao número de questionários aplicado no entorno, foi possível aplicar 25 questionários.

A lista a seguir apresenta as questões abordadas no questionário externo do museu, sendo estas fechadas e abertas para um melhor desempenho do participante da pesquisa:

- Faixa etária.
- Você sabe que existe um museu na Vila Nova? (sim/não)
- Já visitou? (sim/não)
- Se não visitou, por quê?
- Pretende visitar? (sim/não)
- Você acha importante ter um museu na comunidade? (sim/não)
- Deixe uma sugestão de uma próxima exposição para o museu.

Da mesma forma como realizado anteriormente, também serão utilizados quadros para ilustrar as principais perguntas da pesquisa, em relação à comunidade do entorno do museu.

Abaixo (quadro nº8) se vê a faixa etária dos moradores do entorno do museu, que colaboraram com a pesquisa.

Idade	Resultados
15 á 20	1
31 á 40	3
41 à 50	7
51 á 60	6

61 à 70	5
71 á 80	3
Total	25

Quadro nº8- QE: Faixa etária do morador do entorno do museu
 Fonte: elaborada pela autora

Pode-se constatar que os moradores do entorno do museu, em sua maioria possuem idade acima de 40 anos, mesma situação dos participantes do questionário interno aplicado no museu. Dos vinte e cinco participantes do questionário externo, apenas quatro deles possuem idade inferior ou igual a quarenta anos.

Após a primeira questão, partiu-se para a subsequente, que é referente à percepção dos moradores em relação à existência da instituição dentro da comunidade, ressalta-se que as respostas são de grande importância para a pesquisa, pois assim poderá ser avaliado se esses moradores sabem que no antigo prédio da escola funciona atualmente um museu.

Você sabe que existe um museu na Vila Nova?	Sim	Não
Moradores	22	3

Quadro nº9 – QE: Pergunta referente sobre o conhecimento da existência do museu na comunidade
 Fonte: elaborado pela autora

Com relação ao quadro acima, pode-se perceber que dos 25 questionários aplicados no entorno do museu, com referência a pergunta sobre a existência de um museu na comunidade, vinte e dois moradores responderam que sabiam da existência do museu, deixando claro que desde a sua inauguração estavam cientes de que ali funciona o museu e apenas três dos participantes responderam que não sabiam do museu.

A próxima pergunta (quadro nº10) seria se esses moradores já haviam visitado em algum momento a instituição, visto que é rotineira a abertura do

museu aos domingos e se necessário o museu é aberto pela família Ribes, a qualquer hora para a visita, o que torna mais acessível à visita.

Pergunta: você já visitou?	Sim	Não
Moradores	8	17

Quadro nº10- QE: Referente à pergunta se o morador da comunidade já havia visitado a instituição
Fonte: elaborado pela autora

Constatou-se que dezessete desses participantes nunca visitaram o museu, mas já os oito moradores restantes responderam que já haviam visitado mais de uma vez, inclusive levando parentes e amigos, pois acreditam ser importante o trabalho realizado pela instituição.

Assim, surgiu a necessidade de questionar os motivos da não visita, pois é visto que esses moradores que nunca visitaram o museu sabem de sua existência na comunidade, como já constatamos na resposta dada anteriormente.

A próxima pergunta que foi aplicada possibilitava uma resposta mais aberta, pois se tinha a intenção de deixar que o participante pudesse expressar o que sentia, relatando o porquê de não visitar o museu, visto que é uma instituição aberta a todos os públicos e gratuita.

As respostas foram variadas, mas muito importantes para a essa pesquisa, pois aos poucos se foi conhecendo os motivos pelo qual os moradores do entorno do museu não frequentam a instituição. Lembrando que foram dezessete moradores do entorno do museu que responderam nunca ter visitado a instituição.

Moradores	Respostas
8	Não sabe o horário de funcionamento
3	Não costuma sair de casa final de semana
2	Não teve oportunidade
4	Se sente inibido para visitar o museu
17	Total

Quadro nº11- QE: Pergunta referente ao porquê de não visitar a instituição
Fonte: Elaborada pela autora

Como explicado anteriormente, em outro momento da pesquisa, o museu pode ser aberto para visitação a qualquer dia e hora, pois a chave se encontra com moradores da comunidade, que se propuseram a ajudar no funcionamento do museu em dias que os estagiários não pudessem trabalhar. Vale ressaltar que em nossos questionários não levantamos a questão se os moradores do entorno do museu sabem que fica a disposi o.

Não existem critérios para a visita o, o museu pode ser aberto para um visitante ou para uma excursão como   de costume. E frequentemente, devido às obras que estão sendo realizadas no museu, o prédio se encontra com mais movimento durante os dias da semana, o que também facilita para a comunidade do entorno uma aproxima o com a institui o.

Quanto às últimas respostas dadas, dois moradores respondem sobre não ter oportunidade para conhecer o museu, e os quatro últimos, deixaram explícito na sua resposta que se sentem inibidos para conhecer o museu.

Como seguimento a essas respostas, perguntou-se aos entrevistados se pretendiam futuramente visitar o museu, e as respostas foram todas positivas, todos os dezessete participantes responderam que pretendem visitar a institui o, e se mostraram curiosos e interessados sobre a história do museu e seu acervo.

O mesmo número de entrevistados respondeu positivamente   pergunta sobre a importância de se ter um museu na comunidade, considerando importante a atua o do museu na comunidade, e em momento algum se mostraram contra o funcionamento do museu ou as atividades realizadas na institui o.

Já em rela o   última questão do instrumento de pesquisa, o qual pedia sugestões para uma próxima exposi o na institui o, obtiveram-se respostas somente dos moradores que já haviam visitado o museu, enquanto para as dezessete pessoas que nunca visitaram, ficou difícil de responder, pois alegaram não possuirem a mínima no o do que se tratava a exposi o atual.

Algumas sugestões para uma nova exposi o no Museu da Colônia Francesa, citadas por oito moradores que já visitaram o museu foram:

- Exposi o de maquinário antigo da zona rural;

- Exposição sobre comunidade quilombola;
- Exposição de quadros antigos;
- Exposição com objetos da comunidade francesa local (doados), essa sugestão foi repetida por quatro moradores, que esperam o término da reforma no museu para poder doar objetos;
- Exposição com objetos da Escola Marechal Rondon (objetos que foram doados por moradores da colônia francesa);

Pode-se observar que nas sugestões feitas por esses moradores, quatro respostas se repetem, onde é clara a importância atribuída à instituição por esses moradores que confiam no trabalho realizado no museu para a salvaguarda desse acervo.

Considerações Finais

Esse estudo teve como finalidade conhecer o público visitante e o público potencial do Museu da Colônia Francesa, tendo como foco principal a comunidade do entorno do museu.

Antes do estudo realizado na instituição e com base na hipótese inicial, acreditava-se que a relação de afastamento existente entre a comunidade do entorno e o museu estava relacionado com a falta de divulgação por parte da instituição para o público do entorno.

Porém, com a finalização da análise de dados, foi possível constatar o porquê desse afastamento por parte dos moradores.

Primeiramente, avalia-se que é nítido para os moradores do entorno a existênciada instituição, dos vinte e cinco participantes, somente três relataram não saber que no local funciona um museu. O que afasta a ideia de que instituição não é conhecida por falta dedivulgação na comunidade.

Oito participantes (moradores) responderam já teremvisitado o museu e retornam sempre que possível com amigos ou familiares, e se pode assim constatar que a divulgação também é feita através do boca a boca, o que mostra o bom relacionamento da instituição com o visitante, pois esses retornam e indicam a outros.

Com relação aos dezessete participantes que nunca visitaram o museu, podem-se questionar os motivos da não visitaçã, pois é visto que esses moradores sabem da existênci do museu na comunidade, e responderam que não visitaram por motivos diversos: não saber o horário de visitaçã, não sair de casa aos finais de semana, não ter tido oportunidade, e por timidez.

Para analisar todas as respostas abordaram-se questões relacionadas ao funcionamento do museu e, como já relatadas anteriormente, o museu pode ser aberto ao público diariamente se necessário,principalmente para os moradores do entorno, pois o museu é para ser da comunidade.

Percebeu-se que os moradores possuem um grande interesse no que está exposto dentro do museu, **“O que tem lá dentro?”**, foi uma pergunta

muito comum feita durante a aplicação do questionário, o que mostra a curiosidade por parte desses moradores.

A partir das perguntas feitas durante a pesquisa, acredita-se que as respostas dadas pelos participantes fazem parte também da inibição que esses mesmos possuem em visitar o museu, já que alguns relataram que se sentem inibidos.

A questão da timidez foi de bastante peso para o trabalho, pois se teve contato com os participantes do questionário do entorno e foi possível perceber que existe realmente uma timidez por parte deles com pessoas que não são da comunidade. O que confirma a não visita no museu por alguns participantes, que em conversa relataram sentirem-se tímidos por não conhecerem os estagiários que trabalham no museu.

Outros participantes, mesmo respondendo que não visitam a instituição por motivos diferentes da inibição, comentaram que sozinhos não se sentem a vontade para visitar o museu, e esperam outra oportunidade, quando estiverem junto com a família ou com amigos.

Acredita-se que conhecer o perfil, o gosto e necessidades dos moradores do entorno é fundamental para que o Museu da Colônia Francesa possa atraí-los. Dessa maneira espera-se que as informações coletadas através desse trabalho, possam ser avaliadas pelos profissionais e estagiários do museu, para que em um futuro próximo, sejam realizadas ações e atividades direcionadas a essa comunidade do entorno, contribuindo para desfazer a inibição por parte dos moradores, e para que os mesmos se sintam parte integrante da instituição.

Referências

ALMEIDA, Adriana M.; LOPES, Maria M. Modelos de comunicação aplicados aos estudos de públicos de museus. **Revista de Ciências Humanas**, Taubaté, v. 9, n. 2, p. 137-145, jul-dez. 2005.

BALTAZER, Helena Dinamene. **Ser turista num museu – especificidades de um público**. Disponível em: <<http://www.ler.letras.up.pt>> Acesso em: 13 jun.2013.

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

BRASIL. Instituição do Estatuto dos Museus e outras providências. **Texto do Decreto Lei n.º11.904**, de 14 de janeiro de 2009. Disponível em: <<http://www.museus.gov.br>> Acesso em: 13 jun. 2013.

BRUNO, Maria C. Museologia: algumas idéias para a sua organização disciplinar. **Cadernos de Sociomuseologia**, n. 9, p. 9-37, 1996.

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

CARVALHO, Rosane M. R. **A relação do museu com o público do seu jardim: a contribuição dos estudos de público**. Disponível em: <http://www.ufpb.br>. Acesso em: 30 jun. 2010.

CAZELLI, Sibeles; MARANDINO, Martha; STUDART, Denise. Educação e comunicação em museus de ciências: aspectos históricos, pesquisa e prática. In: GOUVÊA, G.; MARANDINO, M.; Leal, M.C. (Org.) **Educação e museu: a construção social do caráter educativo dos museus de ciências**. Rio de Janeiro: Access/Faperj, 2003, p.83-106.

CURY, Marília X. **Exposição: concepção, montagem e avaliação**. São Paulo: Annablume, 2005, 160 p.

CURY, Marília X. A cultura da avaliação. In: (Org). **Exposição: concepção, montagem e avaliação**. São Paulo: Anna Blume, 2006. p. 119-139.

CURY, Marília X. Os usos que o público faz do museu: a (re) significação da cultura material e do museu. In: **Musas**. Rio de Janeiro: IPHAN, n.1, p. 86-106, 2007.

CHOAY, Françoise. **A alegoria do patrimônio**. São Paulo: Estação Liberdade-UNESP, p.95-173, 2006.

GIL, Antonio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1987.

GUAPO, Amanda L. G. P. D.. **Avaliação Museológica Estudo de caso: avaliação da exposição permanente do Museu da Ciência da Universidade de Coimbra “Segredos da Luz e da Matéria”**. Disponível em <<https://estudogeral.sib.uc.pt>> Acesso: 27 abr. 2013.

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

HAGUETTE, Teresa M.F. **Metodologias qualitativas na Sociologia**. 3^o.ed. rev. Petrópolis: Vozes, 1997, 224p.

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

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

JULIÃO, Letícia. **Apontamentos sobre a história dos museus in: Cadernos de diretrizes museológicas**. Belo Horizonte: Secretaria de Estado da Cultura, 2006. 2^o edição. p. 20-32.

KOPTCKE, Luciana S. "Bárbaros, escravos e civilizados: o público dos museus no Brasil", In: Chagas, M., (org.) **Museus: antropofagia da memória e do patrimônio**. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional** do IPHAN, n.31, 2005.

KOPTCKE, Luciana S. "Público, o X da questão? A construção de uma agenda de pesquisa sobre os estudos de público no Brasil. *Museologia & interdisciplinaridade. Revista do Programa de Pós Graduação em Ciência da Informação* da Universidade de Brasília v.1, n°.1, jan/jul de 2012.

LEAL, Maria C.(Org). **Educação e Museu: A construção social do caráter educativo dos museus de ciência.** Rio de Janeiro: 2003, p.129-157.

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

SANJAD, Nelson; BRANDAO, Carlos. R. F. A exposição como processo de comunicação. In: José N. Bittencourt. (Org.) *Mediação em Museus: curadorias, exposições e ação educativa. Caderno de Diretrizes Museológicas 2.* Belo Horizonte: Secretaria de Estado da Cultura de Minas Gerais, p. 24-33,2008.

STUDART, Denise; ALMEIDA, Adriana M.; VALENTE, Maria E. Pesquisa de público em museus: desenvolvimento e perspectivas. In: GOUVÊA, G.; MARANDINO, M.; Leal, M.C. (Org.) **Educação e museu: a construção social do caráter educativo dos museus de ciências.** Rio de Janeiro: Access/Faperj, 2003, p.129-157.

SUANO, Marlene. **O que é museu?** 1.ed. São Paulo: brasiliense, 1986. 101p.

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

VICTOR, Izabel. Os museus e a qualidade. **Cadernos de Sociomuseologia,** Lisboa, v. 23, n. 23, p. 01- 44, 2005.

APÊNDICES

**APÊNDICE 1 - Questionário interno aplicado aos visitantes do
Museu da Colônia Francesa.**



Questionário de Estudo de Público (Interno)

Data:

Minha Idade:

() 15 à 20 () 21 à 30 () 31 à 40 () 41 à 50 () 51 à 60

() 61 à 70 () 71 à 80 () Mais de 80

É a primeira vez que visita o museu da Vila Nova?

() sim () não

Como ficou sabendo de sua existência?

.....
.....

O que despertou sua curiosidade para visitar o museu?

.....

Gostou da exposição? Por quê?

() sim () não

.....
.....

Localidade

Cidade.....

Deixe sua opinião sobre o Museu da Colônia francesa:

.....
.....

**APÊNDICE 2 -Questionário externo aplicado em moradores do
entorno do Museu da Colônia Francesa.**



Questionário de Estudo de Público (entorno)

Data:

Faixa Etária:

() 15 à 20 () 21 à 30 () 31 à 40 () 41 à 50 () 51 à 60 () 61 à 70

() 71 à 80 () Mais de 80

Você sabe que existe um museu na Vila Nova?

() sim () não

Já visitou?

() sim () não

Se não visitou, por quê?

.....
.....
.....

Pretende visitar?

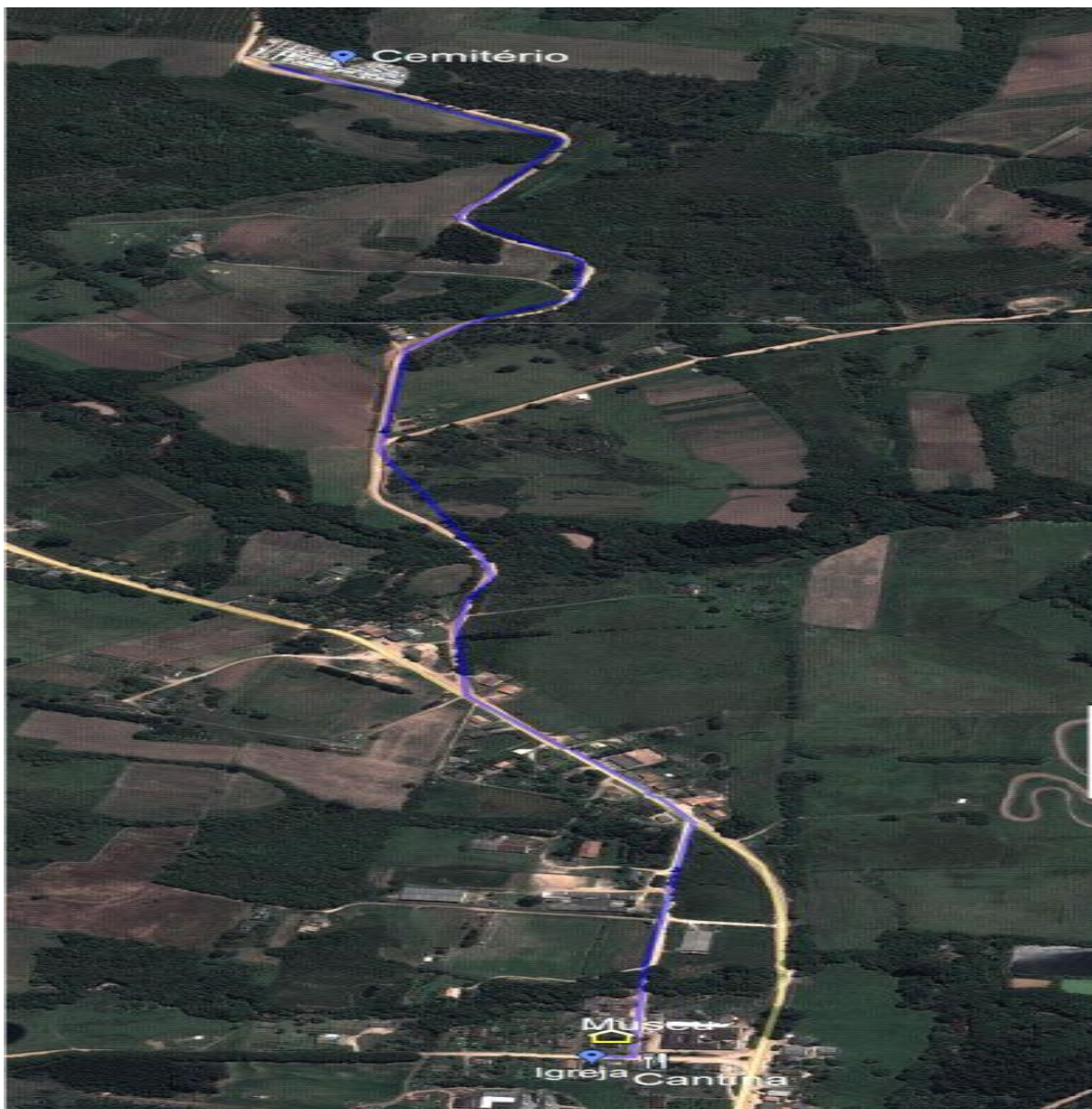
() sim () não

Você acha importante ter um museu na comunidade?

() sim () não

ANEXOS

ANEXO 1- Mapa da Colônia Francesa (Vila Nova)



ANEXO 2- Fotografias: Museu da Colônia Francesa e Placa



Foto atual do Museu da Colônia Francesa
Fonte: pessoal da autora



Foto: Placa do Museu da Colônia Francesa
Fonte: pessoal da autora

